

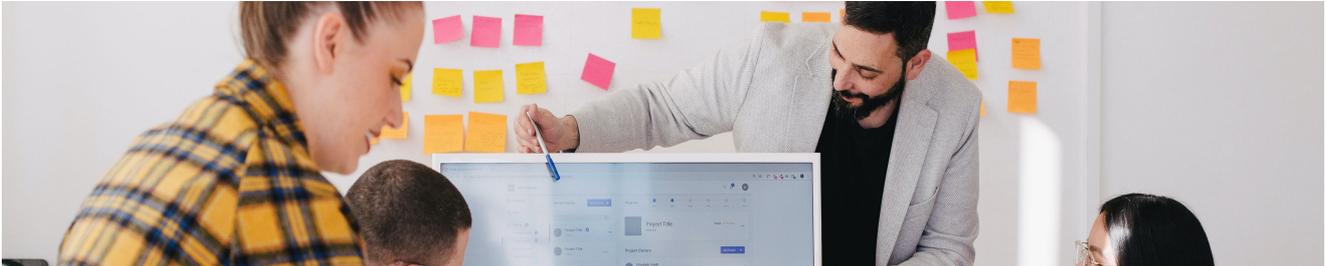
Vision Workshop

Anwendbare Situation

- Projektentwicklung
- effiziente Produktentwicklung
- Entwicklung von Software

Resultat

Am Ende erhalten Sie eine Roadmap für die nahe Zukunft aus der erste Tickets und Milestones erstellt werden können.



Das Ziel des Vision Workshops ist es, einen Schritt zurückzugehen und das Produkt als Ganzes wahrzunehmen. Dabei geht es vor allem um die **Besinnung auf die Unternehmenswerte**. Wer sind wir? Welchen Nutzen schaffen wir für unsere Kunden? Wo soll die Reise hingehen?

Am Ende des Workshops wird man eine Vorstellung davon erhalten, welche **Wünsche, Probleme, Sorgen** etc. bestehen. Des Weiteren kann man eine **Analyse der Konkurrenz** und **Ziele bzw. Erfolge** für einen vorher bestimmten Zeitraum definieren.

Für ein wirklich gutes Ergebnis können wir empfehlen einen Endnutzer mit einzuladen oder jemanden, der im Support direkten Bezug zu Kundenproblemen hat. Dadurch wird umgangen, das Produkt in eine falsche Richtung zu konzipieren. Damit wird gewährleistet, dass ein Produkt entsteht, das den Kunden mehr an das Produkt bindet.

Ablauf

- Intro
- Icebreaker
- Wünsche & Sorgen definieren/Trendanalyse
- SWOT (Strength, Weakness, Opportunities & Threats)
- Konkurrentenanalyse
- Erfolg definieren
- Vision konzipieren
- Zusammenfassung



Zeiträumen

ein bis zwei Tage



Beteiligte Personen

Solution Architect
UX-/UI-Designer
Verantwortlicher für Kunden
Marketing/Customer Support
Produktmanager
Technisch Verantwortliche

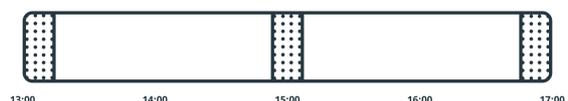
Vorteile der Methode

- Team teilt gleiche Vision
- ausschlaggebend für die erfolgreiche Teamarbeit
- erleichtert Entscheidungen für die Zukunft

– Workshop-Aufbau

DATUM: 26. Oktober 2022

UHRZEIT: 13 - 17:00 Uhr

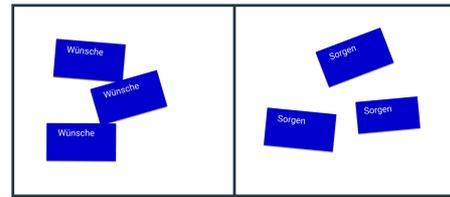


□ Workshop □ Pause

Tag 1

Der erste Tag des Workshops konzentriert sich vor allem auf die Selbstreflexion. Hierbei ist es wichtig, dass jeder im Team ein einheitliches Bild davon erhält, was die eigenen Stärken und Schwächen sind. Des Weiteren konzentrieren wir uns hier noch eher auf die Konkurrenz um eine klarere Vorstellung davon zu erhalten, in was sie besser sind und in welchen Aspekten Sie besser sind. Nach der Analyse der Unternehmen erfolgt, erfolgt eine Brainstorming-Session, in welcher die Wünsche und Sorgen aufgeschrieben werden. Der erste Tag besteht also grundsätzlich aus einer Selbstreflexion-Phase um Möglichkeiten zu identifizieren, in die es sich in Zukunft zu investieren lohnt. Dazu werden Methoden wie eine SWOT-Analyse, Brainstorming-Methoden etc. genutzt.

–Wünsche & Sorgen



–SWOT

| Strengths | Weakness | Opportunities | Threats |
|---|---|--|--|
| Was macht das Produkt gut? | Was könntest du verbessern? | Welche Möglichkeiten bieten sich dir? | Welche Bedrohung könnte dir schaden? |
| Auf welche einzigartigen Ressourcen können Sie zurückgreifen? | Wo hast du weniger Ressourcen als andere? | Aus welchen Trends könntest du Vorteile ergattern? | Was macht deinen Konkurrenz? |
| Was sehen andere als deine Stärken? | Was sehen andere als deine Schwächen? | Wie könntest du deine Stärken in Chancen verwandeln? | Welchen Gefahren bist du durch deine Schwächen ausgesetzt? |

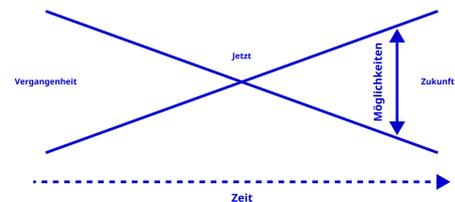
Tag 2

Nach dem ersten Tag konzentrieren wir uns an Tag zwei auf das Konzipieren der Vision. Das Ganze erfolgt wieder durch Brainstorming-Methoden, in der jeder anhand der erarbeiteten Grundstruktur die eigenen Ideen einbringen kann. Durch die Lightning-Decision-Jam-Methode generieren wir in mehreren Zyklen Ideen und stimmen uns im Team ab, welche priorisiert werden. Durch dieses Vorgehen erhalten wir einen konzentrierteren Ideenpool über den sich alle einig sein können. Alle Ideen, die wir ausarbeiten, werden natürlich mit Hilfe einer Aufwands-Auswirkungs-Matrix priorisiert, sodass ein grober Überblick darüber entsteht, welche Sachen schnell abgehakt werden können und welche eine große Wirkung auf das Produkt haben.

–Lightning Decision Jam



–Vision Cone



Am Ende wird das Ganze nochmals per Vision Cone und durch die Product-Strategy-Canvas-Methode zusammengefasst. Dadurch bekommt jeder nochmal einen genauen Überblick, welche Ziele zu welchem Zeitpunkt erreicht werden wollen und anhand welcher Metriken sie als Erfolg definiert werden. Durch die Vision Cone erhalten Sie nochmal einen ganzheitlichen Überblick über das Produkt und dessen Vergangenheit und Möglichkeiten für die Zukunft. Anhand dessen kann festgelegt werden, welche Stellschrauben jetzt angezogen werden müssen, um vorher abgestimmte Ziele zu erreichen.

Product Strategy Canvas

