


CANVAS I

Wir sind...Part I

Unternehmen

TEAMNAME	TEAMMITGLIEDER
	

UNSER TEAM-MASKOTTCHEN

COACH	Name	Meine Stärke & Expertise	Meine Belohnung nach dem Workshop	
COACH	Name	Meine Stärke & Expertise	Meine Belohnung nach dem Workshop	
ICH BIN	Name	Position im Unternehmen	Meine Stärke & Expertise	Meine Belohnung nach dem Workshop
ICH BIN	Name	Position im Unternehmen	Meine Stärke & Expertise	Meine Belohnung nach dem Workshop
ICH BIN	Name	Position im Unternehmen	Meine Stärke & Expertise	Meine Belohnung nach dem Workshop
ICH BIN	Name	Position im Unternehmen	Meine Stärke & Expertise	Meine Belohnung nach dem Workshop
ICH BIN	Name	Position im Unternehmen	Meine Stärke & Expertise	Meine Belohnung nach dem Workshop

CANVAS I

Wir sind...Part II

Was sind wir für ein Unternehmen?

In welcher Branche sind wir tätig?
Wo liegt der Firmensitz unseres Unternehmens?
Was ist unsere Vision?

Was machen wir?

Welches Problem lösen wir für unsere Kunden? Was sind unsere Geschäftsfelder und wichtigsten Leistungsangebote?

Wie ist unser Digitalisierungsstand?

Nutzen Sie hierfür das Gesamtergebnis aus dem Digitalcheck Mittelstand und Ihre Einschätzung.

Wie viele Mitarbeiter*innen hat unser Unternehmen?

Wie viele Standorte hat unser Unternehmen?

Wie würden wir unsere Unternehmenskultur beschreiben?

Beschreiben Sie Ihre Unternehmenskultur in nur einem Satz.

Was ist unser Thema?

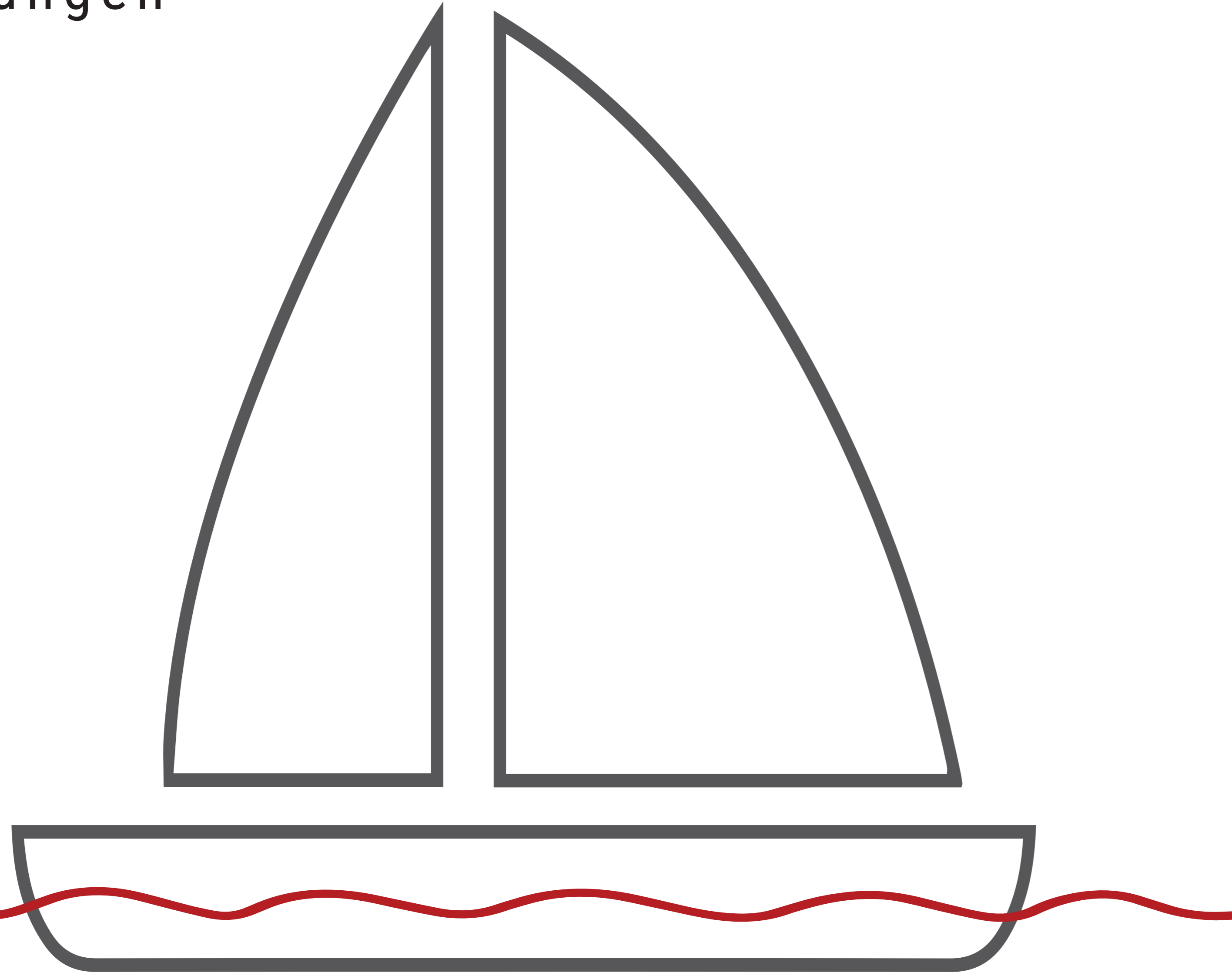
Warum sind wir hier? Was ist unser Ziel für den Workshop?

CANVAS II

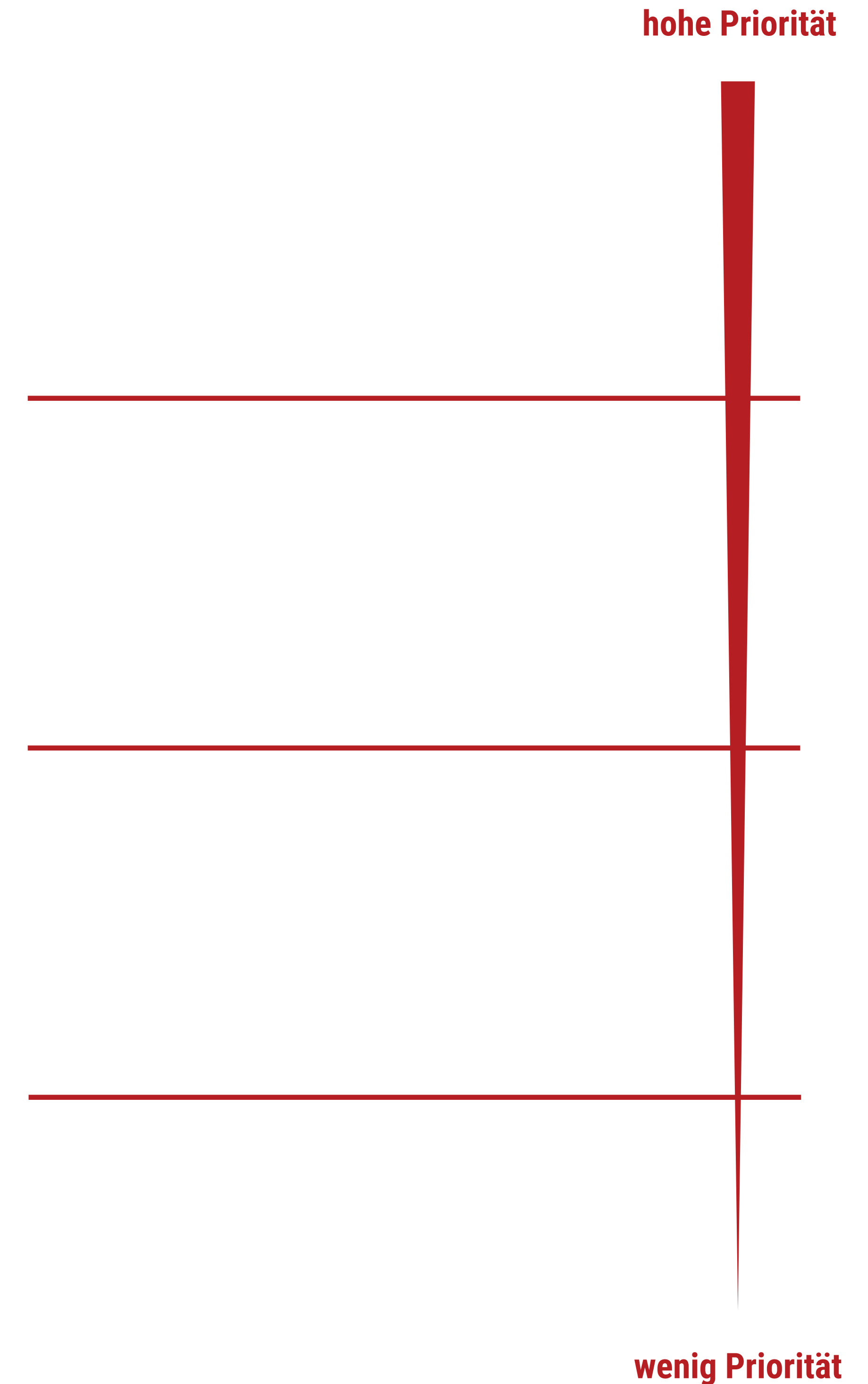
Herausforderungen

WAS FUNKTIONIERT
GUT?

WAS FUNKTIONIERT
NICHT GUT?



WELCHES SIND DIE PROBLEME,
DIE ES JETZT ZU LÖSEN GILT?
PRIORISIEREN SIE DIESE.



CANVAS III

Verstehen des Nutzers Part I

WER SIND UNSERE NUTZER?

Bitte beschreiben Sie kurz die einzelnen Nutzergruppen.



WAS SOLLEN WIR FRAGEN?

Wer, Wie, Was, Wieso, Weshalb, Warum? Wie sieht die aktuelle Nutzerreise aus?
Denken Sie daran 5*WARUM zu fragen, um zu dem Kern des Problems zu kommen.



WAS HABEN WIR AUS DEN INTERVIEWS GELERNT?

Beschreiben Sie, was Sie aus den Interviews ableiten können und warum.
Was haben Sie beobachtet (was wurde gemeint aber nicht gesagt)?
Was hat Sie überrascht?
Welche Details sind Ihnen aufgefallen?
Welches Problem ist für den Befragten besonders entscheidend?



CANVAS III

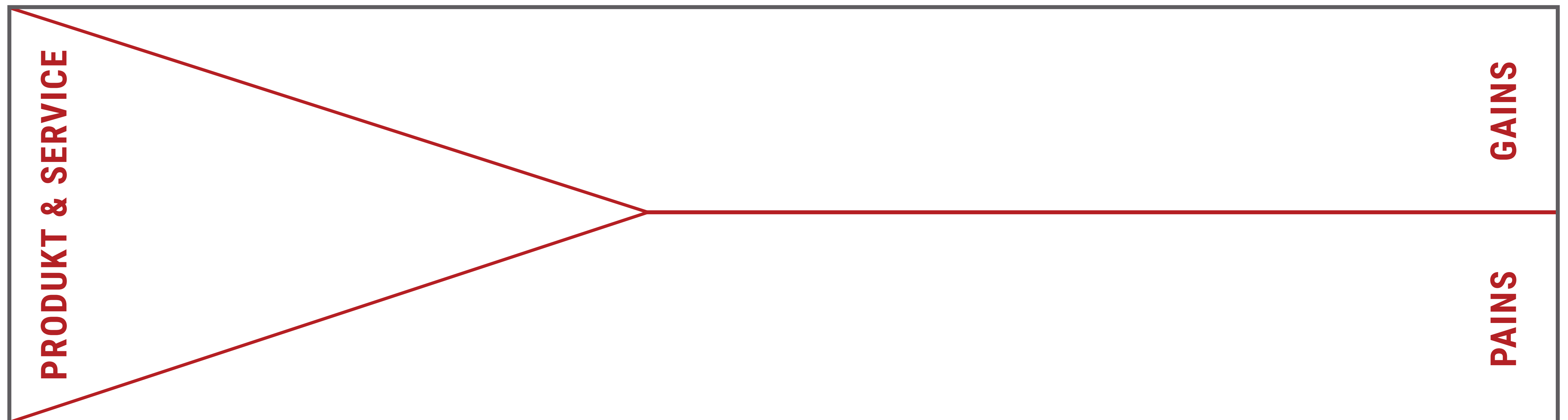
Verstehen des Nutzers Part II

AKTUELLE NUTZERERFAHRUNG | NUTZER-BERÜHRUNGSPUNKTE | NUTZERZENTRIERTE HERAUSFORDERUNG

Wie agiert der Nutzer aktuell mit unserem Unternehmen, unserem Produkt, unserer Dienstleistung? Wie nimmt der Nutzer diese wahr? Was sind die kritischsten Schritte? Welche relevanten Stakeholder sind dabei involviert? Wo liegen hier die Pains & Gains? Denken Sie auf Grundlage der gewonnenen Erkenntnisse über Ihre Herausforderung nach und passen Sie diese gegebenenfalls an.



PAINS & GAINS



CANVAS IV

Nutzer und Wertversprechen Part I

UNSERE PERSONA

Bitte entwickeln Sie eine Persona und beschreiben Sie diese detailliert.

Visualisieren Sie diese kurz (Alter, Herkunft, Qualifikation, Umfeld, Erwartungen, Interessen, Bedürfnisse, Bedenken usw.).
Was macht unsere Persona glücklich?



JOBS-TO-BE-DONE

Welchen Job möchten die Nutzer sowohl in ihrem Arbeitsalltag als auch in ihrem normalen Alltag erledigen? Mit welchen Produkten und Services helfen wir unserer Persona ihren/seinen Job besser zu erledigen?



CANVAS IV

Nutzer und Wertversprechen Part II

VALUE PROPOSITION

Was ist unsere Value Proposition?
Was ist unsere Lösung für die Herausforderung?
Welchen Nutzen stiftet unser Produkt/Service?



ANGESTREBTE NUTZERERFAHRUNG

Wie sollte die angestrebte Nutzererfahrung aussehen?



PRODUKTE & SERVICES

Welche Produkte und Services sollen mithilfe der Jobs-to-be-done angegangen werden?



CANVAS V

Wertschöpfung | Wertgewinnung | Wertbereitstellung

MONETARISIERUNG

Beschreiben Sie Ihre Ertragsmechanik.
Wie generieren wir damit Umsätze?
Wofür ist der Kunde bereit zu zahlen?



AKTIVITÄTEN

Welche Aktivitäten benötigen wir, um unser Wertversprechen umzusetzen?



PARTNER

Wer sind unsere Partner? Welche Partner benötigen wir, um unser Wertversprechen umzusetzen und um einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen? Welche Aktivitäten müssen unsere Partner erbringen?



WERTVERSPRECHEN

Was ist unser Wertversprechen?



RESSOURCEN

Welche Ressourcen benötigen wir, um unser Wertversprechen zu realisieren?



KUNDENBEZIEHUNG & DISTRIBUTIONSKANÄLE

Über welche Kanäle möchten wir unsere Kunden erreichen?
Welche Kommunikations- und Marketinginstrumente nutzen wir dafür?



KOSTENTREIBER

Welche Kostentreiber sind zu berücksichtigen?



CANVAS VI

Maßnahmensteckbrief

HERAUSFORDERUNG

LÖSUNG | MAßNAHME

PROJEKTNAME

**BESCHREIBUNG
DER MAßNAHME**

TEAM

RESSOURCEN

ZEITRAUM

VORGEHENSWEISE & METHODE

RISIKEN & UMGANG