# *EIN QUÄNTCHEN*
# LEAN GEDÖNS

*Ideen früh validieren mit PREtotyping*



Anna Groos



seit 2017

Jacob Chromy



seit 2018

Entwickelt Produkte am liebsten for future.

Verbindet das Beste aus Facilitation und Strategie.

**quäntchen + glück**

*@qundg*

*www.qundg.de*

*+49 (0) 152 319 830 20*
***anna.groos@qundg.de***
***@annamelitta***

*+49 (0) 6151 850 798 14*
***jacob.chromy@qundg.de***
***@a_socialpreneur***

# *IM ERNST:*
# UNSER HERZ SCHLÄGT FÜR



**STRATEGIE UND INNOVATION**



**PRODUKTE UND GESCHÄFTSMODELLE**



**KULTUR UND NEW WORK**



# STRATEGIE UND INNOVATION

*Die Digitalisierung bringt neue Geschäftsmodelle. Die Neo-Ökologie bringt eine neue Art des Wirtschaftens. Wenn sich alles ändert, wofür gibt es Ihr Unternehmen? Die Antwort auf diese Frage paaren wir mit den Bedarfen von alten und neuen Zielgruppen. Und den Kompetenzen Ihres Hauses. Das Ergebnis ist der Fixstern in all der Veränderung: Ihre Strategie.*

LEISTUNGEN IM DETAIL:

- PURPOSE
- EMPLOYER BRANDING
- RADICAL INNOVATION
- STRATEGIE-WORKSHOPS
- CHANGE MANAGEMENT
- INNOVATION ROADTRIPS

# PRODUKTE UND GESCHÄFTSMODELLE

*Digitalisierung und Neo-Ökologie stellen Produkte und Geschäftsmodelle in Frage – und ermöglichen völlig neue. Unser methodisches Vorgehen unterstützt beides: die Optimierung des alten Geschäfts und die Entdeckung neuer Geschäftsmodelle.*

LEISTUNGEN IM DETAIL:

- DESIGN THINKING
- LEAN START-UP
- USER EXPLORATION
- PROTOTYPING
- UX
- UI
- FASSADEN
- DESIGN SPRINTS
- CIRCULAR ECONOMY
- CUSTOMER EXPLORATION



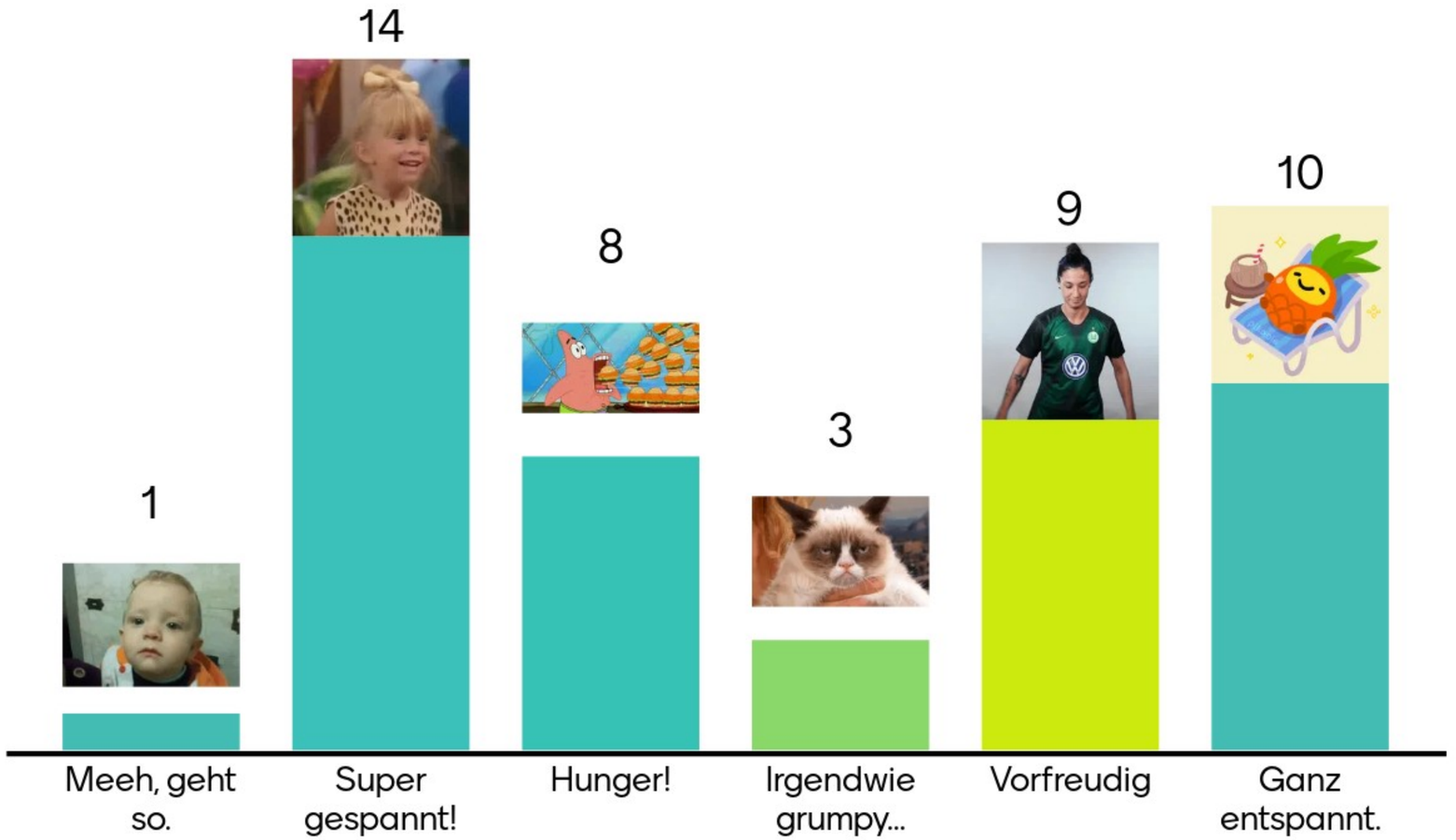
# KULTUR UND NEW WORK

*Neue Strategien, neue Geschäftsmodelle, neue Produkte – Veränderung scheitert meist nicht am Geld. Und auch nicht an der Technologie. Sie scheitert an der Unternehmenskultur. Wir arbeiten mit Ihnen an der Arbeit, am „New“ in New Work – für flexible, fokussierte und glückliche Teams.*

LEISTUNGEN IM DETAIL:

- NEW SPACE
- CULTURE JOURNEYS
- AGILE
- NEWWORKSHOP
- OFFSITES
- BARCAMPS
- PSYCHOLOGICAL SAFETY
- FEEDBACK-KULTUR
- EMPLOYEE EXPERIENCE
- NEW WORK
- NEUES LERNEN
- TEAMKULTUR

# Wie geht's? Wie steht's?



# Was gab es heute zum Frühstück?

| | | |
|---|---|---|
| Kaffee | Lebkuchen | Kaffee |
| Stulle :) | Porridge | Müsli |
| Kaffee | Rührei | Haferflocken |

# Was gab es heute zum Frühstück?

| | | |
|---|---|---|
| Honigbrot | Jogurt mit Müsli | Eibrot 😄 |
| Brot mit Cashewmuß | Plätzchen | Nix |
| Lewwerworschtbrot | Mymuesli Christmas Cookie Granola | Gefülltes Omelette |

# Was gab es heute zum Frühstück?

| | | |
|---|---|---|
| Nutella-Brot 😃 | Kaffee-Schwarz | Nichts |
| Gemüsepfanne. | Müsli | Kaffee |
| Schoki aus dem Adventskalender | Bananenbrot | Kaffee |

# Was gab es heute zum Frühstück?

Panetone - lecker!!

Vegan shake

Obst & Kaffee

Obst

Müsli mit Joghurt

Müsli

Stulle :)

Abgepacktes Schokocross... crois... knusperdingens.

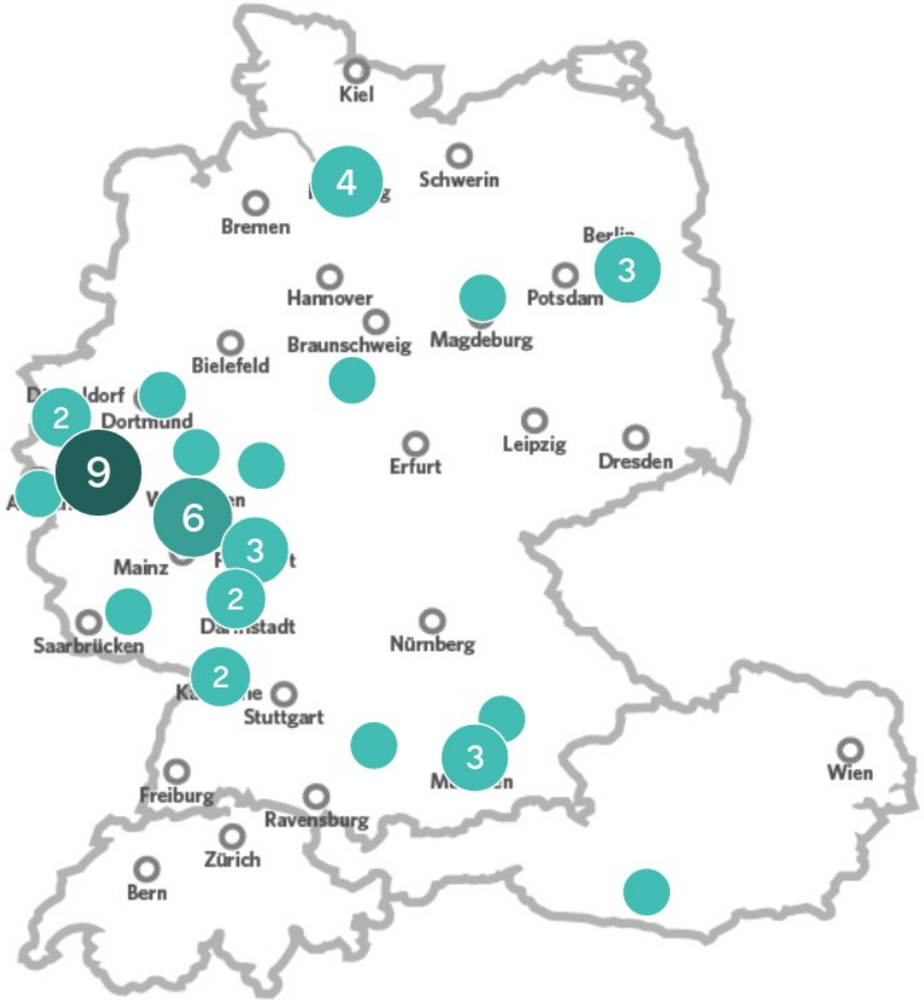
Kaffeeeeeee

# Was gab es heute zum Frühstück?

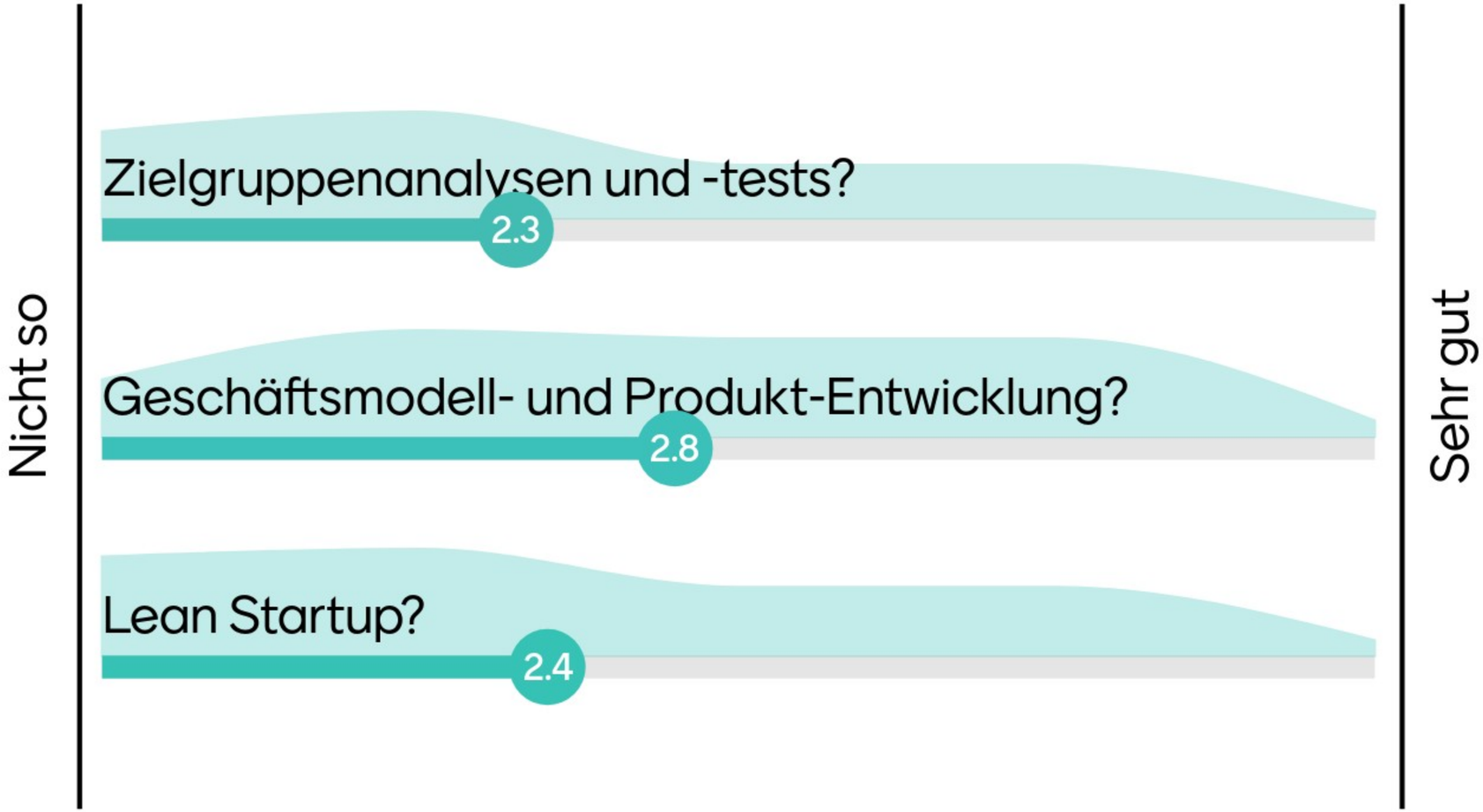
Kafffe

Haferflocken

# Von wo bist du heute zugeschaltet?



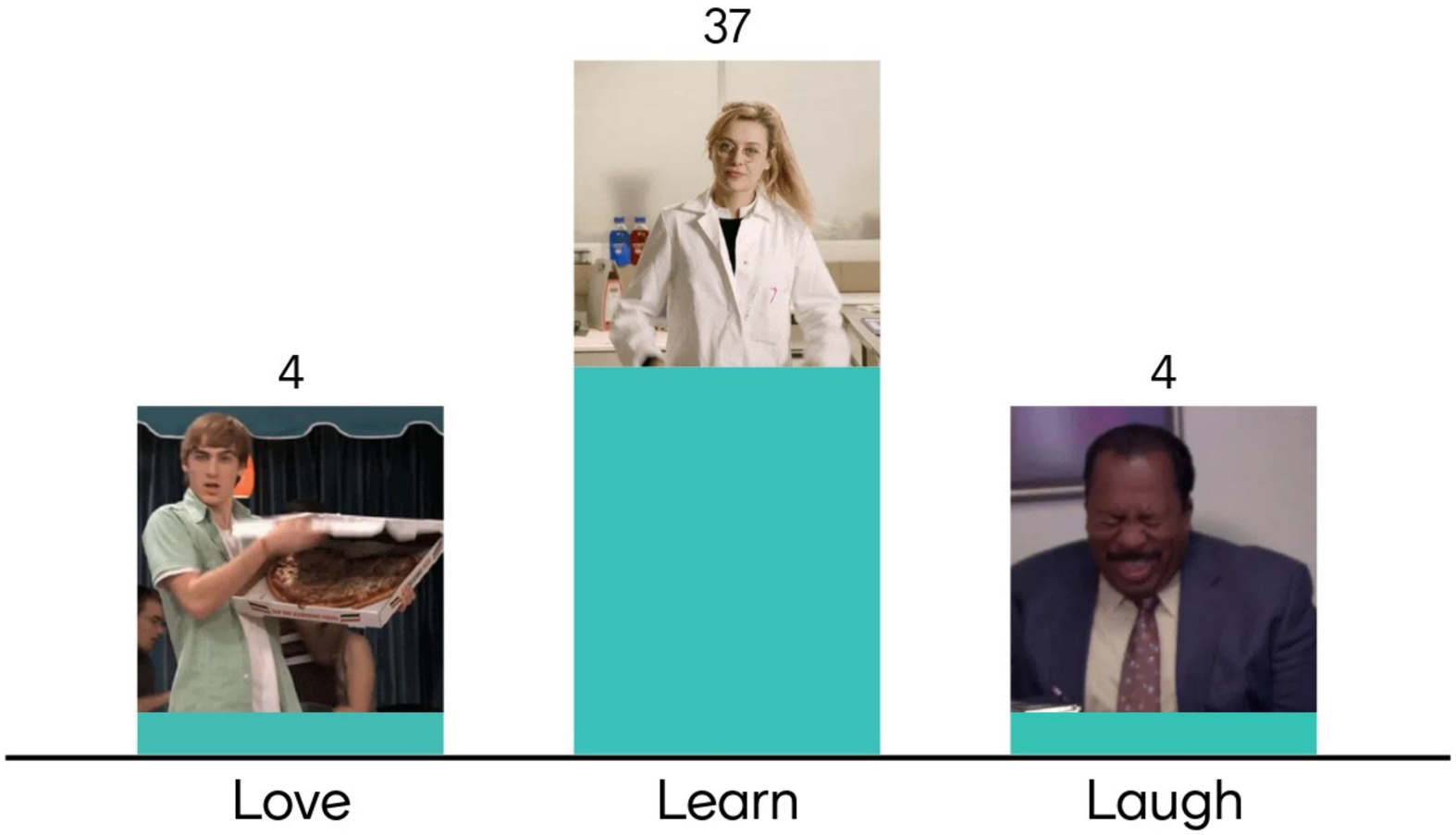
# Wie gut kennst du dich aus mit

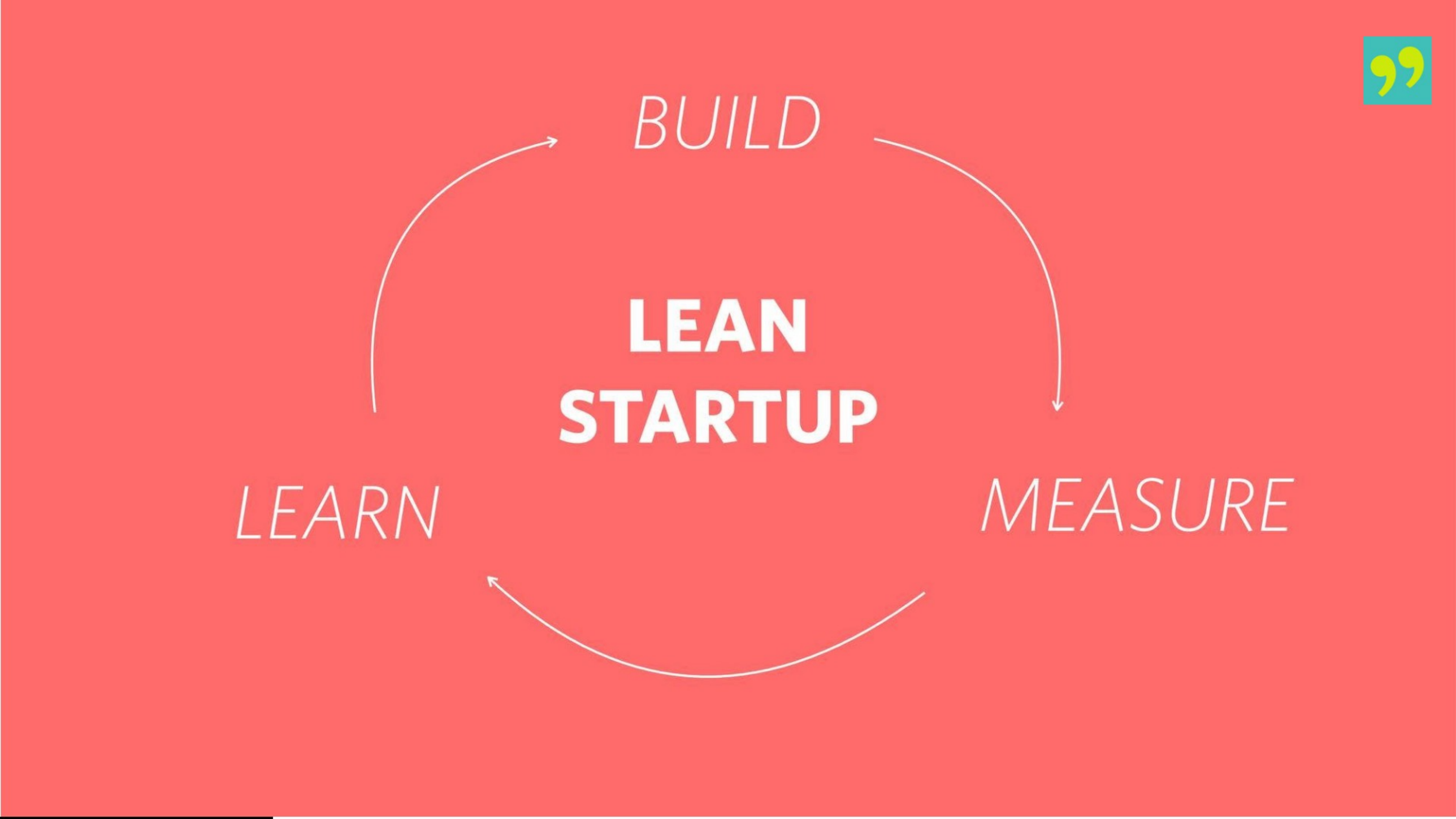


*WAS IST ÜBERHAUPT DIESES*

**LEAN STARTUP?**

# Vervollständige bitte: Built, Measure, ...




BUILD
LEAN
STARTUP
LEARN
MEASURE

BUILD

IDEE



PRODUKT



# LEAN STARTUP

LEARN

MEASURE



DATEN

Lean = schlank

# *VERSCHWENDUNG*
# **VERMEIDEN!**

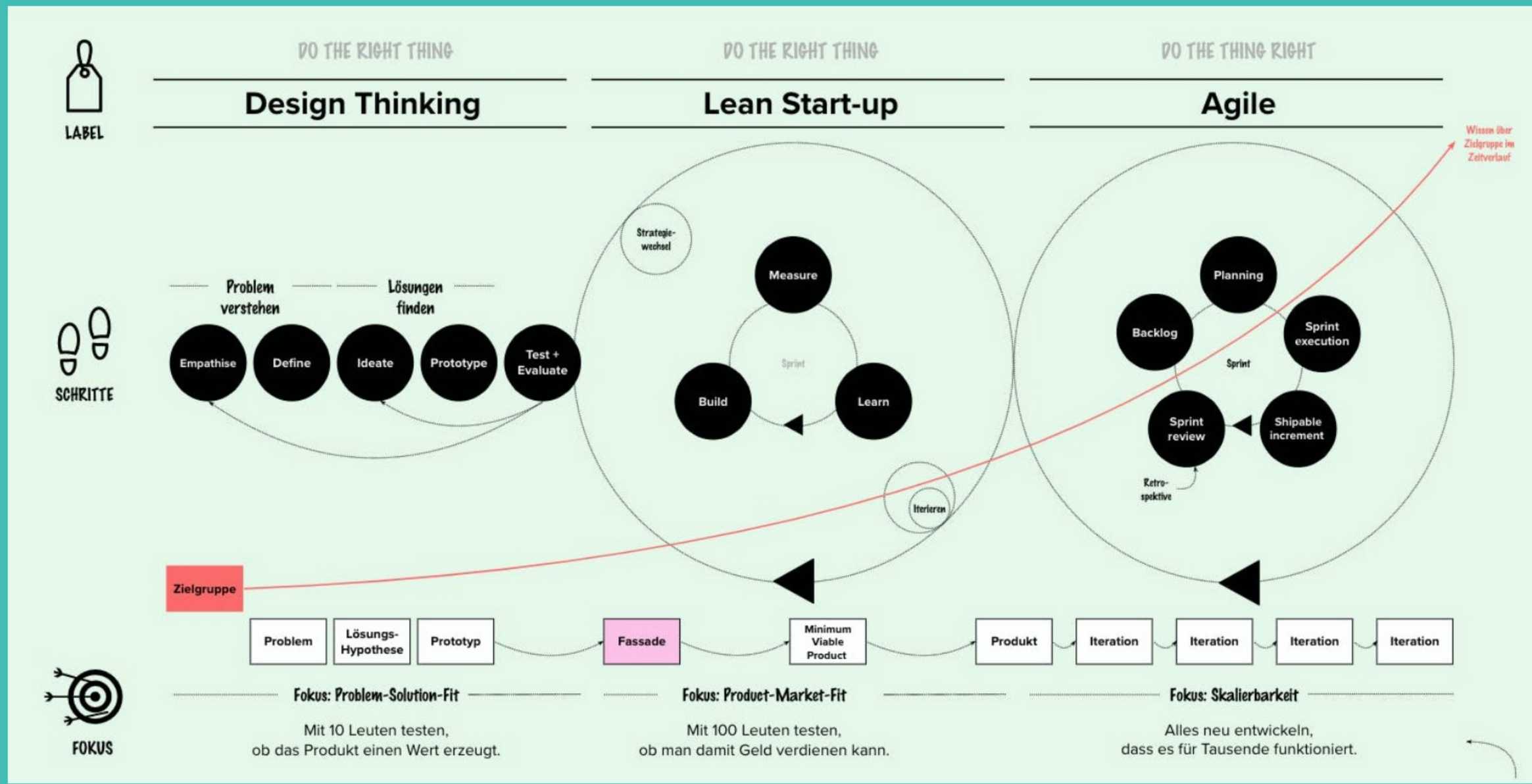
Vielleicht habt ihr von
Eric Ries gehört?



*BUILD THE RIGHT IT*

**BEFORE BUILDING IT RIGHT**

Alberto Savoia
(Google)


LABEL
DO THE RIGHT THING
Design Thinking
DO THE RIGHT THING
Lean Start-up
DO THE THING RIGHT
Agile
Wissen über Zielgruppe im Zeitverlauf
SCHRITTE
Problem verstehen
Lösungen finden
Empathise
Define
Ideate
Prototype
Test + Evaluate
Strategie-wechsel
Measure
Build
Learn
Sprint
Iterieren
Planning
Backlog
Sprint execution
Sprint
Sprint review
Shipable increment
Retro-spektive
Zielgruppe
Problem
Lösungs-Hypothese
Prototyp
Fassade
Minimum Viable Product
Produkt
Iteration
Iteration
Iteration
Iteration
FOKUS
Fokus: Problem-Solution-Fit
Mit 10 Leuten testen, ob das Produkt einen Wert erzeugt.
Fokus: Product-Market-Fit
Mit 100 Leuten testen, ob man damit Geld verdienen kann.
Fokus: Skalierbarkeit
Alles neu entwickeln, dass es für Tausende funktioniert.



**CUSTOMER / PROBLEM FIT**

*Hat meine Zielgruppe ein Problem?*



**PROBLEM / SOLUTION FIT**

*Ist meine Lösung die richtige für das Problem?*



**SOLUTION / MARKET FIT**

*Kann ich mit meiner Lösung Geld verdienen?*



**SCALE**

Quelle: leansteps.wordpress.com

*UND WIE MACHEN WIR DAS*

**BEI QUÄNTCHEN + GLÜCK?**



*Schritt 1*

## IDEEN KONKRE-TISIEREN

*Was ist das Problem und die angestrebte Lösung?*



*Schritt 2*

## ZIELGRUPPEN DEFINIEREN

*Wen wollen wir mit der Lösung erreichen?*



*Schritt 3*

## ZIELGRUPPEN KENNENLERNEN

*Interviews führen und auswerten*



*Schritt 4*

## EXPERIMENTE ENTWICKELN

*Fassaden oder Prototypen bauen*



*Schritt 5*

## ERKENNTNISSE AUSWERTEN

*Und entscheiden wie es weitergeht*



*Schritt 1*

## IDEEN KONKRE-TISIEREN

*Was ist das Problem und die angestrebte Lösung?*



*Schritt 2*

## ZIELGRUPPEN DEFINIEREN

*Wen wollen wir mit der Lösung erreichen?*



*Schritt 3*

## ZIELGRUPPEN KENNENLERNEN

*Interviews führen und auswerten*



*Schritt 4*

## EXPERIMENTE ENTWICKELN

*Fassaden oder Prototypen bauen*



*Schritt 5*

## ERKENNTNISSE AUSWERTEN

*Und entscheiden wie es weitergeht*



*SCHRITT 1 - IDEEN KONKRETISIEREN*

# *„HALLO IHR QUÄNTCHEN,*
# **ICH HAB DA SO NE IDEE!“**

„Gibt's zu deiner Idee denn auch ein Problem?"

# Lean Canvas – v 1.0 Digitaler Workshop-Ti...

## Problem

Als Facilitator ist es für mich anstrengend Timer in remote, räumlich getrennt oder hybriden Kontexten anzuwenden

Als unerfahrener Moderator bin ich unsicher, über passende Time Boxes

Als Moderator bin ich genervt, dass der Timer nicht Device-übergreifend verfügbar ist / funktioniert

### Alternativen

Online Timer wie WebUhr.de per Screen-sharing

Open link

Timer in Mural

Open mural

Dark Horse Team Timer (iOS + Wlan)

Open mural

Breakout-Timer in Zoom

Open mural

## Solution

Ein digitales Tool für Moderator:innen mit smarten Timern, die überall einsetzbar sind

Ein d. Tool, das methodisch beim Timeboxen unterstützt

## Key Metrics

Anzahl Nutzer

Anzahl Use Cases

## Unique Value Proposition

Der einzige Timer, der überall und smart unterstützt

Der einzige Timer, der Arbeit abnimmt

Der einzige Timer, der nicht nur Moderator:innen Spaß macht

### High Level Concept / Küchenzuruf

Das Menti für Timeboxing

## Unfair Advantage

Methodisches Know-How der quäntchen

## Channels

LinkedIn

Instagram

Facilitator*innen als Multiplikatoren

## Customer Segments

Workshop Facilitator

Event-Organis-ator:innen

Innovations-manager*innen

Lehr-beaufragte

### Early Adopter

Mural/Miro Nutzer*innen

Sessionlab-Nutzer*in

Barcamp-Besucher*in

Time Timer Besitzer*innen

## Cost Structure

Server

Entwicklung

Wartung

Support

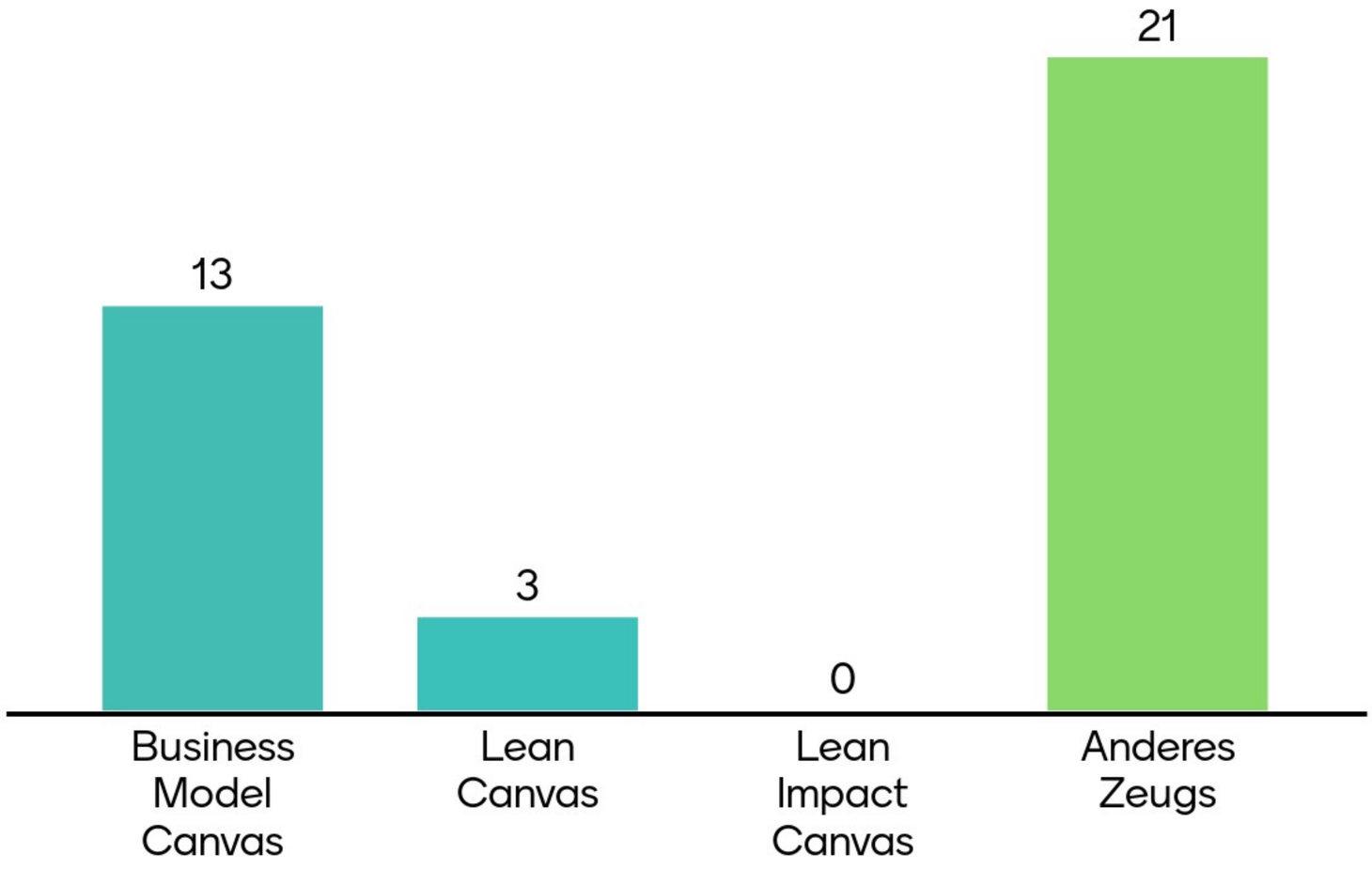
## Revenue Streams

Monatliches Abo (Free / Pro / Premium)

Lean Canvas is adapted from The Business Model Canvas (BusinessModelGeneration.com) and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.

Gemeinsam im Team ausfüllen

# Wenn ihr euch erste Gedanken zu neuen Ideen macht: Welches Framework ist euer liebstes?



LEAN IMPACT **CANVAS**

Idea *Name of your idea*

Author *Prof Dr Maximilian Mustermann*

Date *11.11.2021*

## Problem
*Top 3 Problems*



## Solution
*Top 3 Solutions*



## Unique Value Proposition



## Unfair Advantage
*Can't be easily copied or bought*



## Customer Segments
*Target customers*



## Existing Alternatives



## Key Metrics
*Key activities you measure*



## Purpose
*Motive behind impact model*



## Channels
*Path to customers*



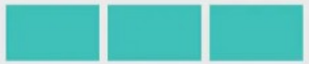
## Early Adopters



## Cost Structure
*Customer Acquisition costs*
*Distribution costs*
*Hosting*
*People, etc.*



## Impact Metrics
*Expected environmental and social impact*

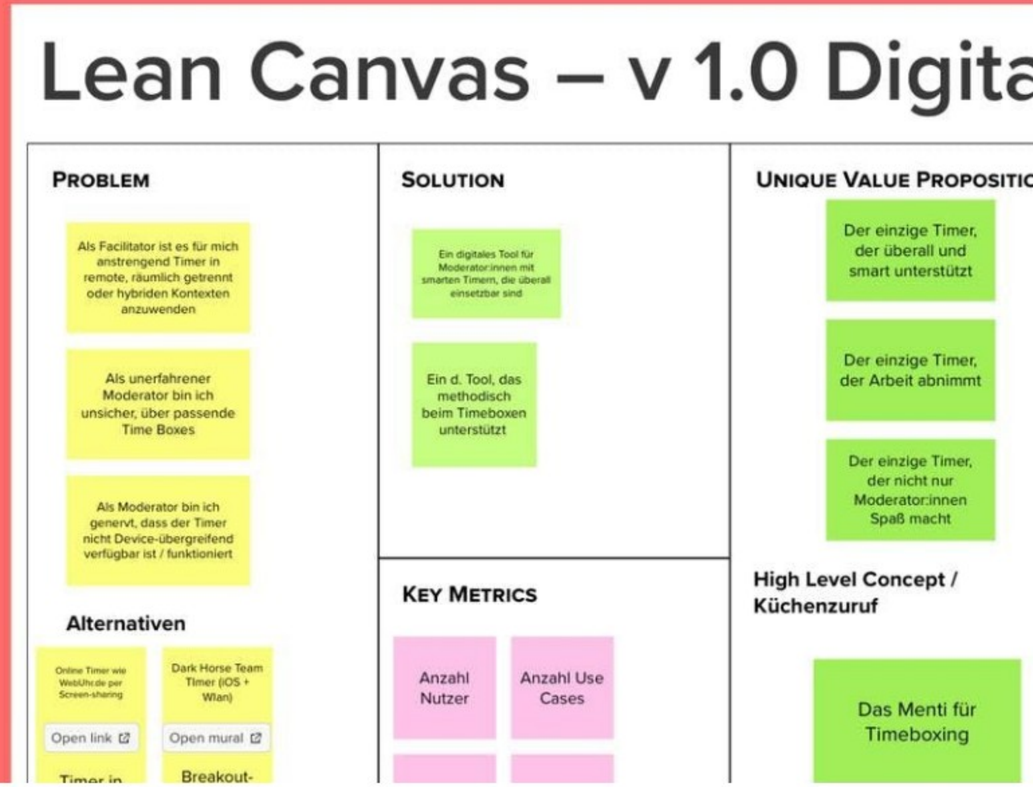


## Revenue Streams
*Revenue Model*
*Life Time Value*
*Revenue*
*Gross Margin*



# *WO LIEGT DENN EIGENTLICH*
# DAS PROBLEM?

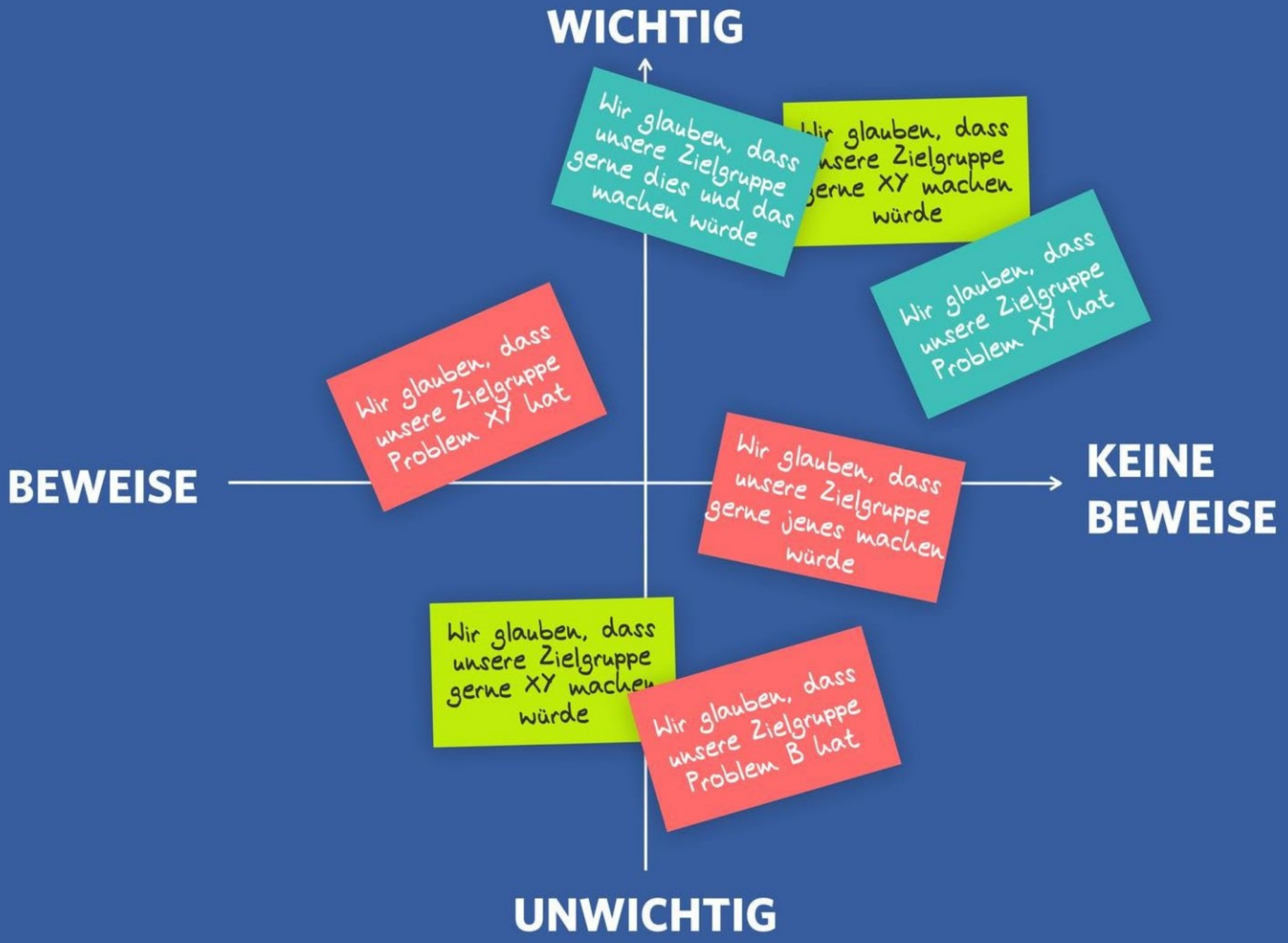
Vom Problem zur überprüfbaren Hypothese

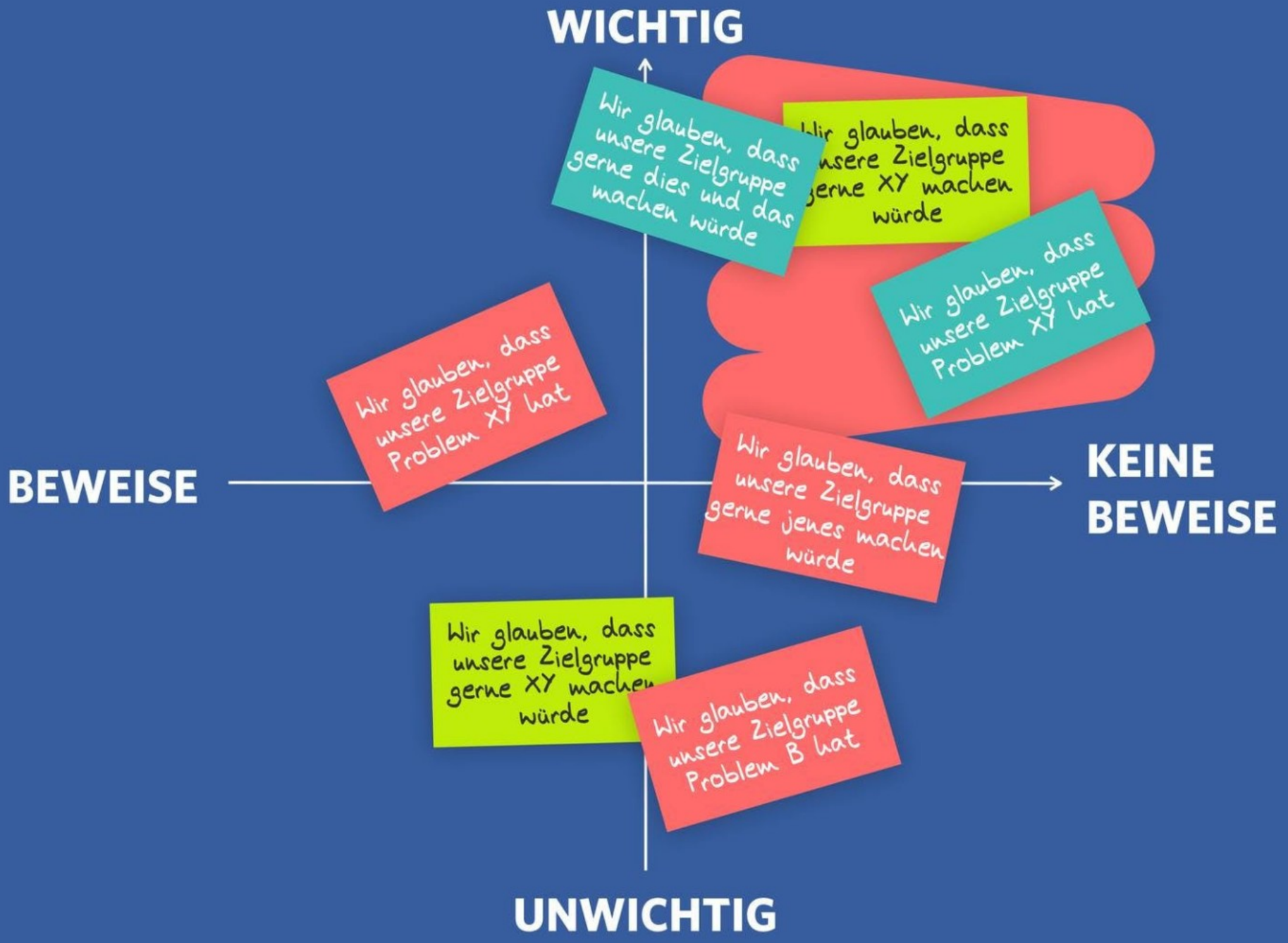


*WIR GLAUBEN, DASS*

**[ZIELGRUPPE / AKTION]**


Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem XY hat
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne XY machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne dies und das machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem B hat
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem XY hat
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne jenes machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem A hat


WICHTIG
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne dies und das machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne XY machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem XY hat
BEWEISE
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem XY hat
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne jenes machen würde
KEINE BEWEISE
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne XY machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem B hat
UNWICHTIG


WICHTIG
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne dies und das machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne XY machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem XY hat
BEWEISE
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem XY hat
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne jenes machen würde
KEINE BEWEISE
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe gerne XY machen würde
Wir glauben, dass unsere Zielgruppe Problem B hat
UNWICHTIG



SCHRITT 2 - ZIELGRUPPEN DEFINIEREN

# *UND WER HAT*
# **DIESES PROBLEM?**

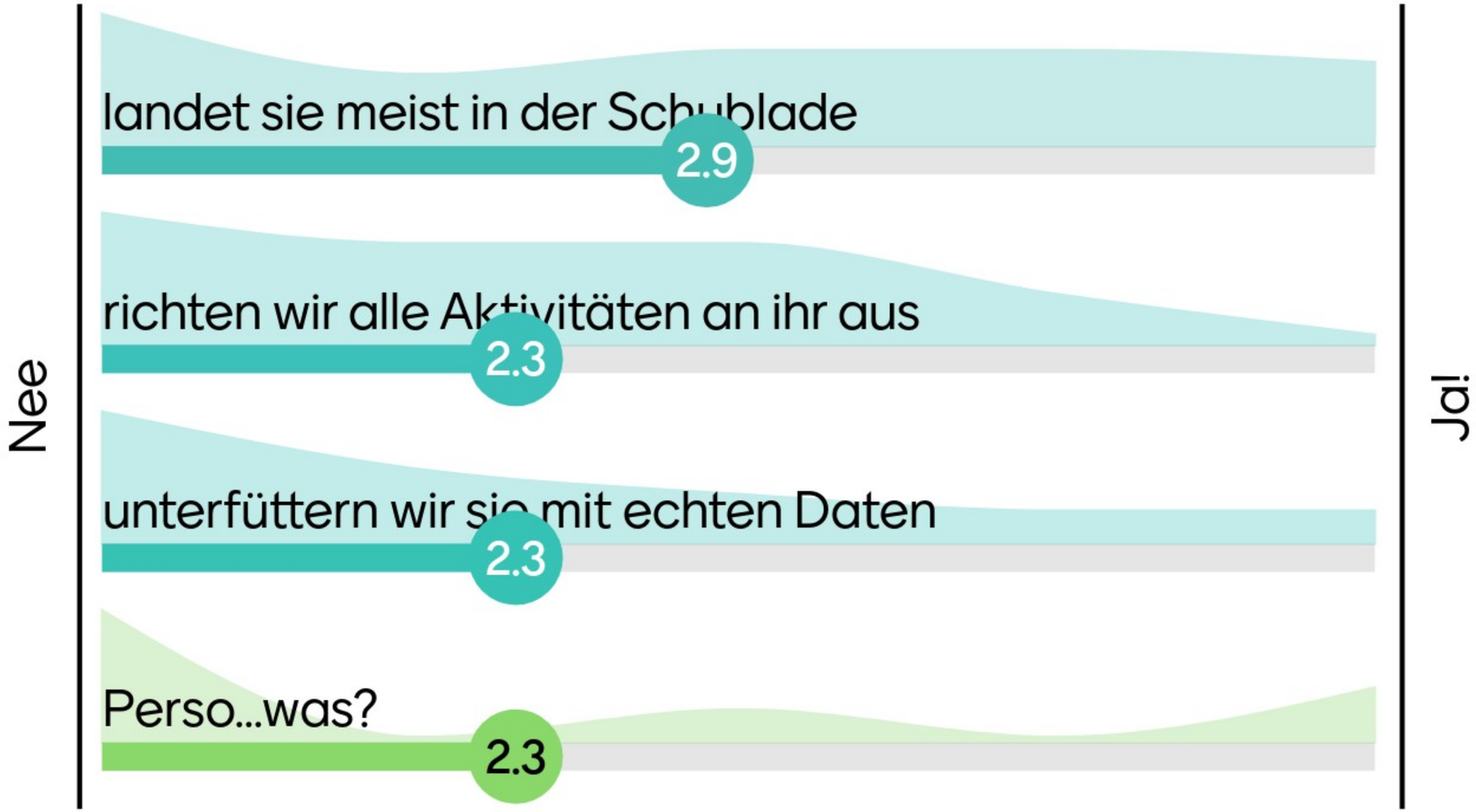
Und wer hat es vielleicht nicht?



# PERSONAS ENTWICKELN

- *Demographische Daten*
- *Berufliches und familiäres Umfeld*
- *Interessen und Hobbies*
- *Kanäle und Orte*
- *Pains / Gains*

# Wenn ihr mit Personas arbeitet, dann...

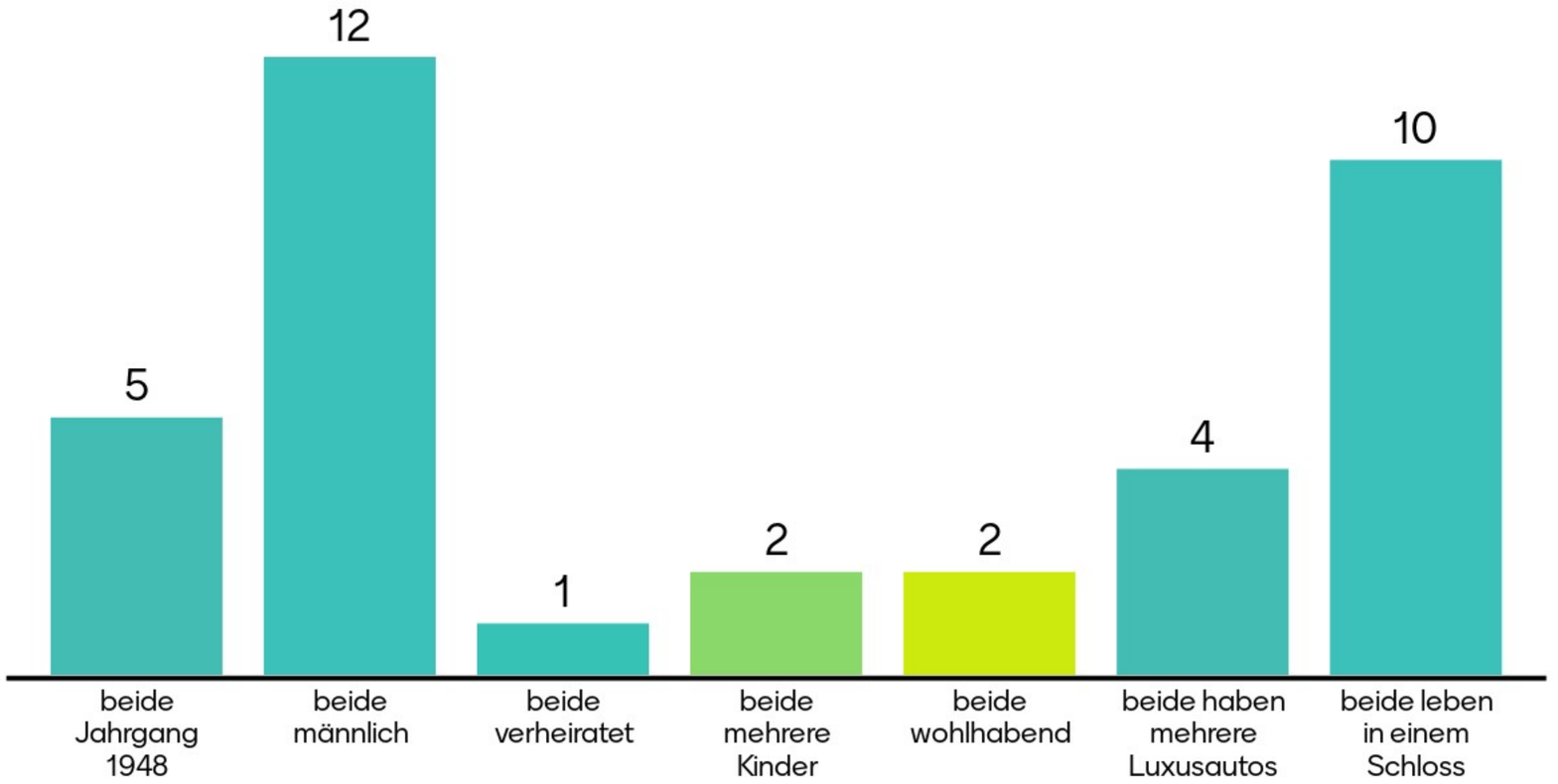







Prince of Wales

# Was haben diese beiden Personen gemeinsam?



## Personas



Lena

LENA, 30

1



Sabine

SABINE, 52 JAHRE

2

+ Eine weitere Karte hinzufügen

## Thesen

Lifestyle Lena

Als Lena möchte ich einen trendy, langlebigen Balkon um den Balkon den ganzen Sommer nutzen zu können.

Lifestyle Lena

Als Lena möchte ich bei den ersten Sonnenstrahlen, meinen Balkon sommertauglich machen um mit Freunden draußen sitzen zu können.

Lifestyle Sabine Lena

Als Lena & Sabine möchte ich passend zu meinen Möbeln Blumen und Deko kaufen um ein stimmiges Gesamtbild zu erzeugen.

Lifestyle Sabine

Als Sabine möchte ich Produkte und Trends geliefert bekommen um vor meinen Freundinnen angeben zu können.

Lieferung Sabine Lena

Als Lena und Sabine möchte ich meine Balkonpflanzen nach Hause geliefert bekommen um sich kein Auto mieten zu müssen.

Lieferung Lena

+ Eine weitere Karte hinzufügen

## Interviewpartnerinnen



Lena

[redacted]32), wohnt in Frankfurt, hat einen Balkon, sehr online affin, kauft viel online ein, berufstätig in Teilzeit

18. Jan. 2018 1



Lena

[redacted] sehr online affin.

+ Eine weitere Karte hinzufügen

## Insights aus Interviews mit Lena

Lifestyle

Inspirationsquellen: Pinterest, Ikea, Westwing, Moniki, Design Bow, Instagram-Accounts mit vielen Pflanzen

Lifestyle

Alle benutzen Foto-Apps, machen sich keine Gedanken um Datenschutz

Lifestyle

2x Balkon ist Erweiterung der Wohnung

Lifestyle

3x Aufbesserung des Raumklimas, Steigerung Wohlbefinden

Lifestyle

Boho-Accounts als Inspiration

Lifestyle

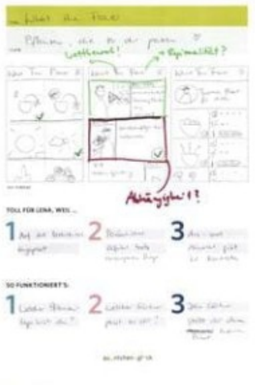
6x Lesen, Sonne genießen auf dem Balkon

Lifestyle

Trend: Online-Ablegertausch zwischen Freunden und Fremden

+ Eine weitere Karte hinzufügen

## Prototypen - Ideen



WhatTheFlower.png

1



GreenPocket.png

+ Eine weitere Karte hinzufügen

Praktisch in Trello!



*SCHRITT 3 - ZIELGRUPPEN KENNENLERNEN*

# *AM ANFANG*
# WISSEN WIR GAR NICHTS!

Schon die Sesamstraße wusste: Wer nicht fragt bleibt dumm!



# WO FINDET MAN INTERVIEW-PARTNER*INNEN?

- *Persönliches Netzwerk*
- *Social Media*
- *Kund*innenkreis*
- *Marktforschung*

# Wo hast du zuletzt Interview-Partner*innen gefunden?

| | | |
|---|---|---|
| Kunden | Messen | Fußgängerzone |
| UX-Test-Agentur | Über eine Umfrage unter Kunden | Freundeskreis |
| in der Warteschlange | Messe | Meine Frau |

# Wo hast du zuletzt Interview-Partner*innen gefunden?



| | | |
|---|---|---|
| Im Status in Whatsapp posten | Netzwerk | Facebook |
| Tinder | Fahrstuhl | Bekanntenkreis |
| Networking (LinkedIn, Xing) | lena30sucht.com | Kollegen/Kolleginnen |

# Wo hast du zuletzt Interview-Partner*innen gefunden?



- Bestehende Kunden
- Kunden
- Auf der Straße
- Social Media Kanäle der Auftraggeber
- Im Unternehmen



# INTERVIEWS RICHTIG FÜHREN

- *Nach vergangenem Verhalten fragen*
- *Offene Fragen stellen*
- *Zuhören!*
- *Neutral bleiben*
- *Nicht beeinflussen*
- *Warum, warum, warum?*

Ganz wichtig:
Dankbar sein!

# *VON DER HYPOTHESE* **ZUR FRAGE**

Wir glauben, dass Workshopleiter*innen mehr mit den Teilnehmer*innen in Breakouts kommunizieren möchten.

„Erzähle von deinem letzten Remote Workshop, was lief gut und was lief schlecht?"

„Wie setzt du Breakouts in deinen Workshops ein?"

„Wie sorgst du dafür, dass die Teilnehmer*innen in den Breakouts wissen, was zu tun ist?"


Abgleich mit Hypothese
sichtbar sein
Bildschirm
"Dies ist eine weiche Timebox"
THESE: Sollten wir die Zielgruppe stärker eingrenzen? Fokus auf Design Sprints? Fokus auf Bereiche mit höherem Timebox Need?
These bestätigt
Timing muss für alle transparent sein
Keine zusätzlichen Tools mit Download / Registrierung auf Teilnehmer*innen-Seite
Siehe These 1 und 2
Es gibt verschiedene Arten von Timings, strenge und lockere, der Timer muss beide abdecken
Kein Bedarf für Remote Workshops
These: Facilitator wollen stärker mit TN in Breakouts kommunizieren ("Brauche noch Zeit" / "Will Aufgabe erklären" / ...
These: Facilitator bauen sich Workarounds um mit Personen im Breakout zu kommunizieren (und sehen den Workaround nicht unbedingt als Problem an)
These: Facilitator nutzen Timeboxing Tools auch abseits der Bordmittel von Zoom oder Whiteboards
Was muss ein Timer können? Was wäre wünschenswert?
Showstopper
These: Facilitator planen Workshops mit komplexeren Timings und wünschen sich, dabei unterstützt zu werden.
Wie sollte ein Timer unterstützen, damit Timeboxing-Situationen gut klappen können?
Es gibt einen Bedarf, Off-Screen-Elemente in (remote) Workshops zu synchronisieren
1. Erzähle von deinem letzten Remote Workshop. Was lief dabei gut? Was nicht? (Nachfragen nach Länge, ob überzogen...)
2. Wie setzt du Breakouts in deinen Workshop ein? Welche Herausforderungen hast du dabei?
3. Wenn du deinen TN eine Aufgabe mit ins Breakout gibst, wie gut klappt das in der Regel? Wie sorgst du dafür, dass alle wissen, was zu tun ist? Nachfrage: Wie reagieren deine TN auf Timeboxing?
4. Welche Hilfsmittel nutzt du zum Timeboxing?
5. Welches und was findest du daran gut/ nützlich?
6. Was findest du nicht so gut gelöst bei deinem Timeboxing Tool?
7. Wenn du komplizierte Timings in deine Workshops einplanst, wie gehst du vor?
8. Erzähle von einer Situation, in der das Timeboxing in deinem Workshop richtig gut geklappt hat
9. Erzähle von einer Situation, in der das Timeboxing in deinem Workshop überhaupt nicht gut geklappt hat
10. Schickst du die Leute manchmal raus, weg vom Rechner?
Bonus: Welche Tools nutzt du während eines Workshops? Wie sieht dein "Setup" (Anordnung) aus?
Bonus: Icecream
Möchte nicht selbst auf Timing achten / lieber mit Timekeeper im Team / Timer sichtbar eher selten
TN sollen sich tief mit Dingen beschäftigen, zurück ins Plenum tragen / Aufgaben mit ins Breakout mitnehmen ist Herausforderung
Vorher erklären und nachfragen / Aufgabe per Chat / Ich gehe durch die Breakouts und schaue ob's klappt
Miro / Timer im Video eingeblendet / Anweisungen im Chat wie viel Zeit noch bleibt
runterlaufende Uhr stresst / bei geübten TN recht Mitteilung wie viel Zeit vorgenommen ist / Man muss flexibel auf Anforderungen (dB wichtige Themen) reagieren können
Die Tools für die TN dürfen nicht kompliziert sein und die Arbeit nicht behindern, deshalb mache ich immer nur eine Aufgabe gleichzeitig
Workshop mit sehr komplexer Vorbereitung (bis hin zu Post-it Farben) hat sehr gut geklappt
war nicht ausreichend vorbereitet, keine Unterstützung im Ablauf
Timer als Teilnehmer in Video-Call
Im Vorfeld denkt man Zeit reicht locker, währenddessen aber nie / Flexibel reagieren und optionale Inhalte vorsehen / Ich habe gerne Abwechslung, immer was neues
Gruppengröße zu groß für Plenum / Shift in Dynamik Introvertiert vs Extroveriert
Es gibt immer TN die nicht richtig zuhören / Timer nicht immer transparent (je nach Tool) / TN wie im Breakout erreichen?
Miro / BO Timer / selbstgebaute PowerPoint Sanduhr
visuelles Feedback hilft den TN / relative vs konkrete Zeit je nach Typ / je weniger Zeit, desto konkreter die Angabe / Fortschritt der anderen sehen, kann hilfreich für TN sein (Geo getrieben) / Vorteil ist wichtig, damit TN Sätze beenden können / Mini. Musik-Feature
Die Tools müssen einem erlauben, flexibel reagieren zu können, mit ganz festen Timings arbeite ich nicht so gerne
Einer der TN wird zum Timekeeper / Timings ansagen kann nicht jeder / oft machen die TN doch ihr eigenes Ding / Infos für Übungen sollten verschwinden wenn Zeit rum ist
Sub-Timings
Zu viel Diskussion, musste eingreifen / Vorher klar machen: wenn wir nicht durchkommen, ist das eben so / Das richtige Maß finden ist schwierig
Bei 5 - 10 Minuten hüpfe ich in die Breakouts / Wenn ich sehe es passiert nichts, gehe ich in Breakouts um nachzufragen
Immer nur kurze Aufgaben im Breakout, bei längeren hole ich TN zwischendurch zurück / Timing auf Whiteboard sichtbar, dort gebe ich auch Anweisungen
Ich versuche es immer erstmal ohne Timer, nur wenn TN den Druck brauchen / Mural Timer / Timer im Video eingeblendet (im BBB in jedem Raum)
Es ist wichtig, dass Timing transparent für alle ist (Beispiel Miro) / Butter: Feature für Bescheid geben wenn fertig
Timer in Miro ausblenden ist nicht so gut / Timer sind nicht immer sichtbar
Inhalte sind wichtiger als Zeit / Ohne Moderator möglichst wenig technisch neues (lieber mit Uhrzeiten arbeiten)
Ich sage im Vorfeld: Arbeit dehnt sich mit der zur Verfügung stehenden Zeit aus
TN kamen inhaltlich nicht auf den Punkt, Timing wurde ignoriert
TN drauf hinweisen, dass sie umkehren müssen wegen Zeit und Entfernung
Eher Timings für Interaktion als für Arbeitsschritte.
Sehr spezieller Workshop, viele TN / man muss hoffen, dass TN sich auf Ziel einlassen / TN schnell aktivieren damit keine Labernunde entsteht
Technische Herausforderungen mit MS Teams
Anweisungen auf dem Whiteboard / Zwischendurch hüpfe ich in Breakouts / Anleitung im Vorfeld
Timer werden oft ignoriert, es braucht dann doch den Moderator / Nicht alle haben mehrere Bildschirme und verlieren den visuellen Anschluss / Stronger Timeboxing stört manchmal den Prozess
Timeboxing positiv bei kritischen Themen / Druck wirkt beschleunigend
Mache ich eher selten, würde ich gern öfter machen
Timings als Arbeitsschritt
Lief sehr schleppend, TN waren träge / Vorgefertigte Agenda in Google Sheet / Flowtomator bei eigenen Projekten
Breakout in Teams, werden von Tech Support angelegt. Keine Herausforderungen
Announcements in die Breakouts / jedes Team nimmt sich Timer mit (Flowtomator)
Selbst gebautes Tool "Flowtomator"
Timer muss transparent sein! Timer muss flexibel angepasst werden können.
Flowtomator: Library Funktion optimieren (wiederkehrende Timer) / Feedback von TN ggf. interessant, allerdings brauchen die dann wahrscheinlich immer mehr Zeit!
Timer für TN auf Windows und Handy schwierig (zusätzliche Fenster / Bildschirmschoner)
Einzelne Segmente werden auch als eigenes Timing angelegt / Aufgaben können im Flowtomator angezeigt werden / aber ich mache trotzdem viel auf der Tonspur
Eine Gruppe brauchte mehr Zeit, daher extra Breakout / Intuition hat geholfen, nicht das Tool
TN kamen nicht ins machen, Zeit reicht nicht aber TN geben kein Feedback
Handy als Pausen-Ende-Erinnerer
Workshop, in dem Gudrun das Design aber jemand anderes die Mod gemacht hat. Mods waren remote unerfahren.
Herausforderung, dass Menschen das "schubsen" nicht gewohnt sind.
Dass ich in ein Breakout hinein kommuniziere, passiert eher selten.
Bordmittel in Zoom / Whitboard
Timer muss für alle immer sichtbar sein, egal wo sie gerade arbeiten.
Manche vergessen die Zeit, andere kleben an der Uhr und können sich nicht konzentrieren
Guter Regieplan ist für mich das A und O / Timings sind in den meisten Tools integriert, wenn ich mich gut vorbereite läufts
Komplizierter wenn mehrere Gruppen und unterschiedliche Timings / TN fanden es hilfreich, Zeiten für Teilaufgaben im Blick zu haben
Timing schwierig bei Methoden wie Liberating Structures, TN überzeitl, andere haben dann weniger Zeit
Eher nicht in Workshops, passt nicht zur Kundengruppe
Timer blinkt nicht, sondern erzählt nen Witz
Distanz-Messer: Du bist 5km entfernt vom Workshop, drehe jetzt um, um rechtzeitig zum Pausenende da zu sein.
Führungskräftetraining mit unpünktlichen TN aber guten Gesprächen
Früher doof, dass TN nicht von selbst in Breakouts gehen konnten
Keine großen Probleme: Eher niedrigschwellige Aufgaben / Gespräche in BO
Timer in Miro / Timer in Zoom / "Achtung, Zeit läuft ab" als virtueller Hintergrund
Timer muss für alle TN transparent sein.
Wenn TN sich zu 2 oder 3 zu Ideen austauschen müssen, braucht es innerhalb des Timings noch kleinere Zeiteinheiten
TN sagen Zeit ist zu wenig, am Ende reicht es doch / Timebox ist ein Entscheidungsanker um zum Punkt zu kommen
Tools müssen mir erlauben alles spontan anpassen zu können
Hat sich noch nicht ergeben
Remote-Veranstaltung mit schlechtem Timing und anstrengenden Teams Breakouts
Breakouts für Checkin oder Aufgaben / springt gern rein und unterstützt
Kommuniziert in die Breakouts (Anweisung auf Mural / Announcement-Funktion / Timekeeper im BO) – sucht nach Tool für Mikro-Timing im BO
Whiteboard Timer / extra programmierter Timer in Teams
Abstimmung mit Co-Mods zu Timings ist wichtig
Die TN selbst haben oft Probleme, ohne Co-Moderator wird es schwierig
Ich habe gerne jemand der für mich auf Zeit achtet / Ich empfinde lieber was die TN brauchen / Zeitansagen müssen NETT sein
genannte Probleme gibt es auch in echten Workshops, wenn TN in verschiedenen Räumen sind
Ja bei WalknTalks, nutze Teams (früher Whatsapp) um TN zu synchen
Ideenwerkstatt, mit sehr schnell umgeplantem Nachmittag
Breakouts müssen gut vorbereitet sein und angeleitet werden. Dann gibt's auch kein Problem. TIMING NICHT ERWÄHNT!
Wichtig: Zwischendurch Anweisungen ins BO schicken. Klappt aber bei mir super.
Time Timer in die Kamera halten / Online Timer
"Timer müssen Spaß machen." / "Timings müssen integriert sein!"
Viele Hilfsmittel sind extern und das ist nicht so super. Ich will nicht noch ein Tool
Vorher festlegen was ist das Ziel? Was kann man ggf weglassen? / Puffer einplanen / Auf Erfahrung vertrauen / Kampf mit Auftraggeber wegen Prios
Timing klappt immer gut wenn ich das nicht alleine mache und genug Puffer eingeplane
Timing kann sehr emotional werden / Am Ende muss es passen
Schicke Aufgaben vorab per E-Mail oder per Chat, TN haben die Zeit selbst im Blick
Zwei Stunden, 6 Facilitator in MS Teams / Thema Teambuilding / 10 Min überzogen
Breakouts sehr gerne bei größeren Gruppen oder wenn Gruppe sich nicht kennt
Herausforderung: Gruppe muss Frage verinnerlichen / durch die Gruppen hüpfen
Cuckoo Timer / Whiteboard Timer / analoger Timer
In MS Teams: "Die Besprechung endet in fünf Minuten" – finde ich gut!
Viele viele Wünsche –> alle in letzter Spalte festgehalten
Ich habe simple Ablaufpläne, den hab ich offen oder ausgedruckt / In größeren Breakouts wäre es hilfreich wenn man nach Zeit X eine Anweisung durchgeben könnte
Wenn ein Timekeeper WERTSCHÄTZEND die Timings einhält
Moderation gibt Zügel aus der Hand und führt die TN nicht zum Ziel
Nur für Pausen, früher bin ich den Leuten hinterhergelaufen, jetzt ist eben da wer da ist.
In Breakouts integrierter Timer
Die letzte sollte bes hervorge werd



*SCHRITT 4 - EXPERIMENTE ENTWICKELN*

# *FAKE IT*

# TIL YOU MAKE IT

## PROTOTYP

- *Muss nicht echt aussehen (Wireframes, Papierprototypen, etc.)*
- *Bildet Funktionalitäten ab*
- *Ausbaustufe des Produkts/der Idee*
- *Aufwand/Komplexität variiert je nach Anwendungsfall*

## FASSADE

- *Muss so echt wie möglich aussehen!*
- *Funktionalitäten werden noch nicht gebraucht, es geht erstmal nur um Akzeptanz*
- *Die Fassade muss nicht das Produkt selbst darstellen, es kann auch ein Touchpoint sein*
- *Möglichst minimaler Aufwand*

# FAKE DOOR (FASSADE)

Ein fiktives Angebot für ein noch nicht existierendes Produkt (beispielsweise auf einer Menü-Karte oder in einem Online-Shop).


















# FAKE DOOR (FASSADE)

Ein fiktives Angebot für ein noch nicht existierendes Produkt (beispielsweise auf einer Menü-Karte oder in einem Online-Shop).





















Synct
Gesponsert

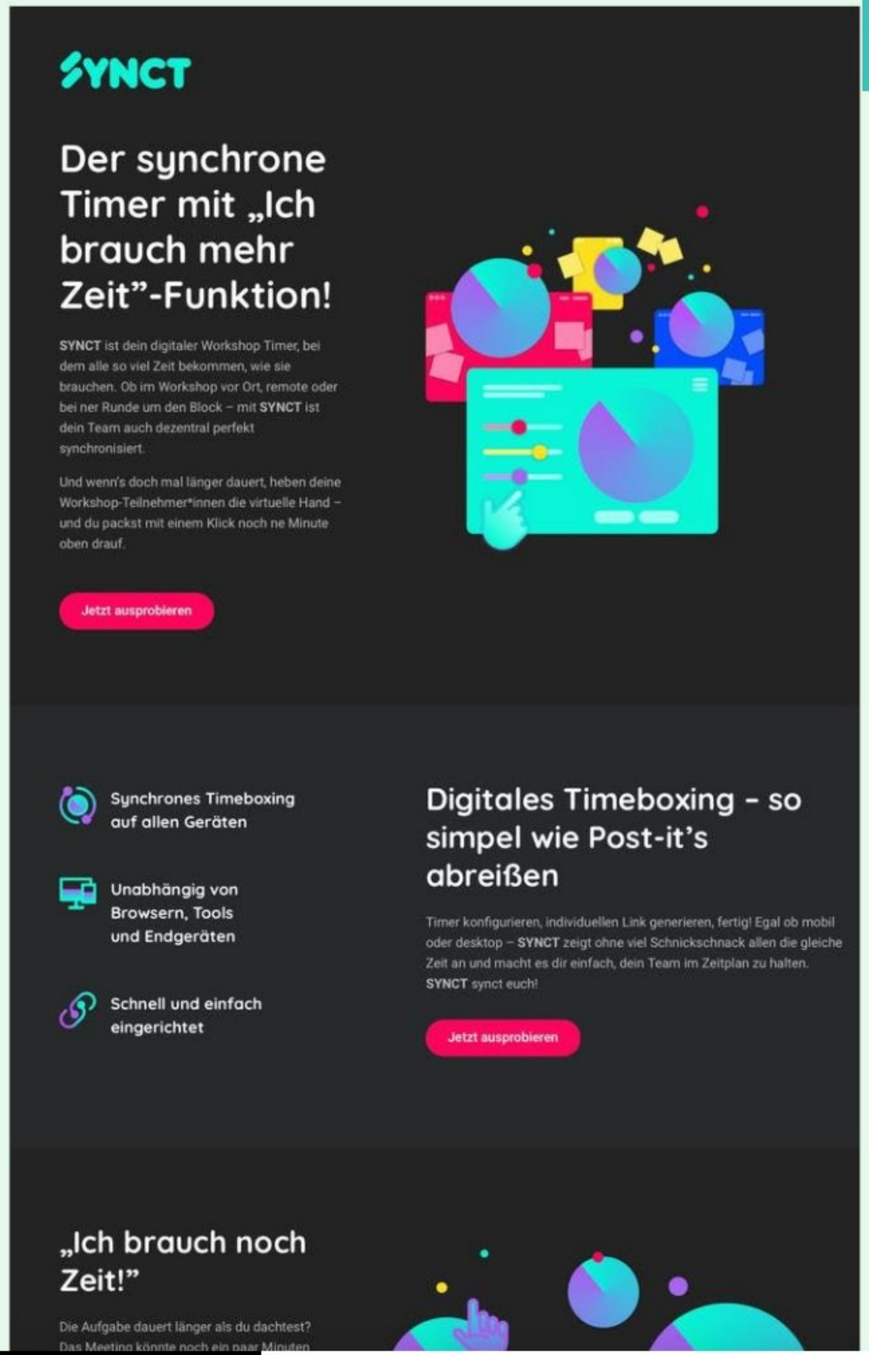
SYNCT ist dein digitaler Workshop Timer, bei dem alle so viel Zeit bekommen, wie sie brauchen. Ob im Workshop vor Ort, remote oder bei ner Runde um den Block – mit SYNCT ist dein Team auch dezentral perfekt synchronisiert.

Und wenn's doch mal länger dauert, heben deine Workshop-Teilnehmer*innen die virtuelle Hand – und du packst mit einem Klick noch ne Minute oben drauf.




SYNCT.DE
**Der synchrone Timer mit „Ich brauch mehr Zeit"-Funktion!**
MEHR DAZU

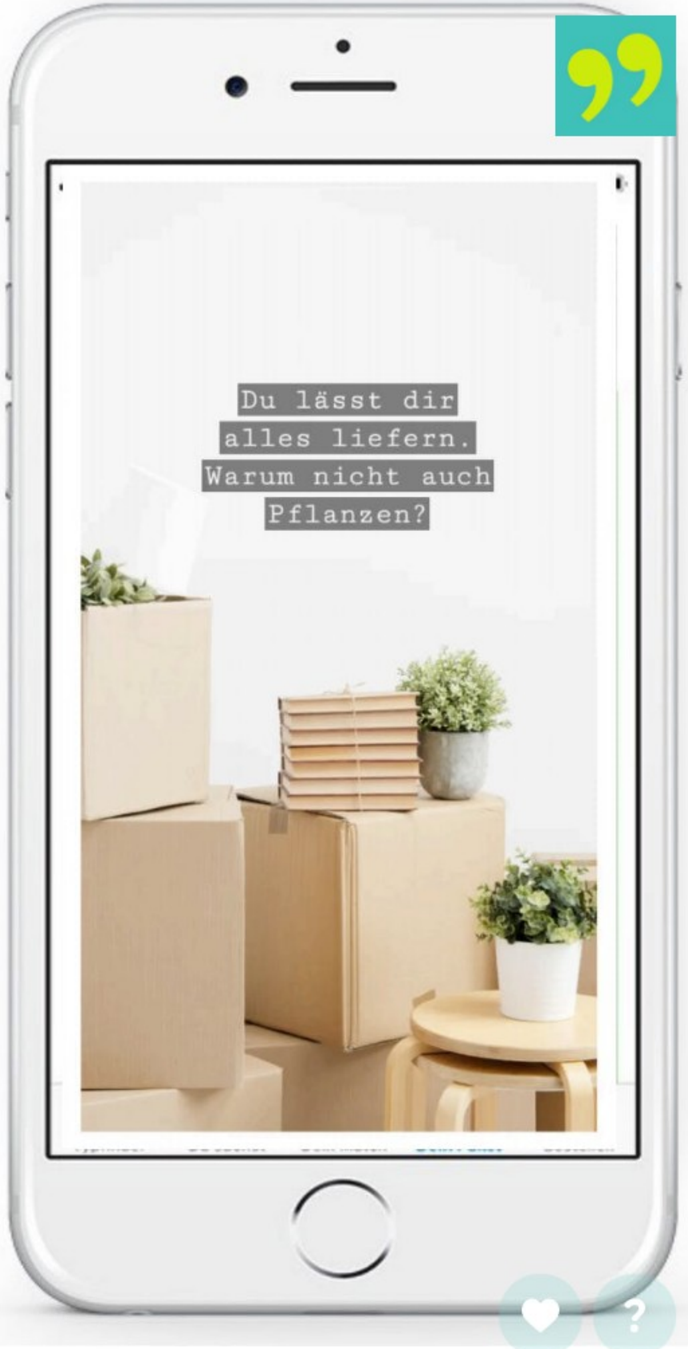


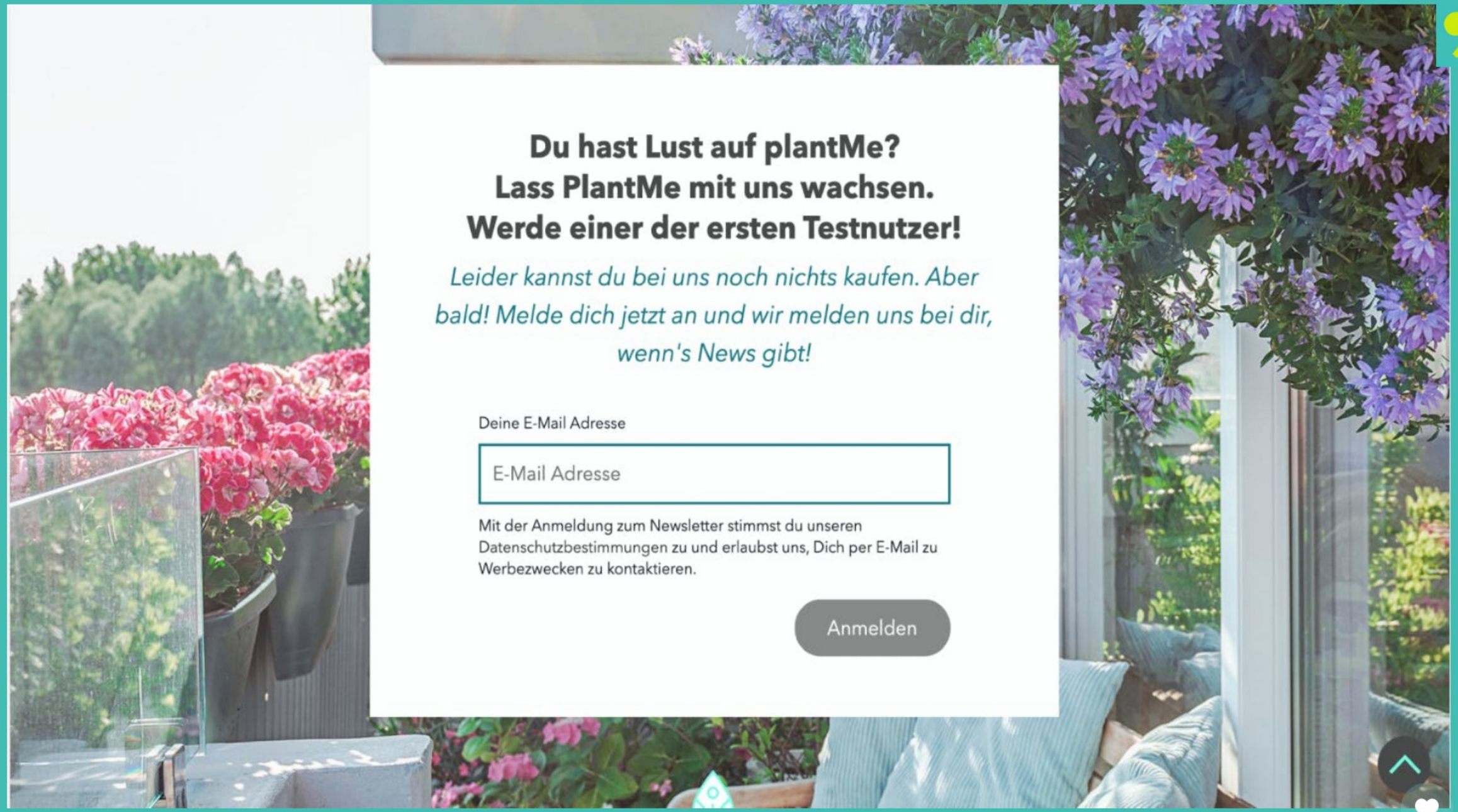



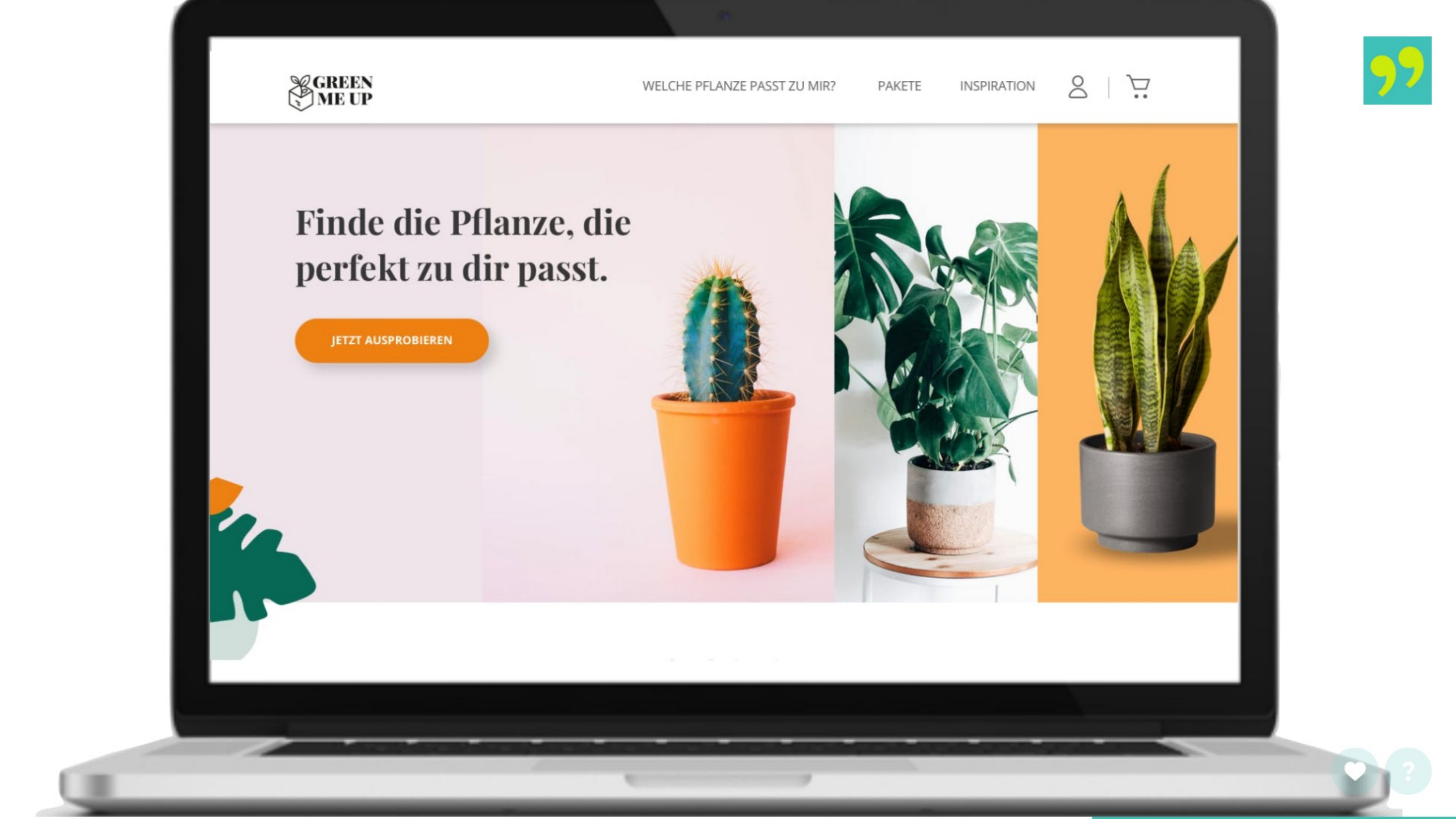



## Weil Pflanzen zu dir passen müssen.

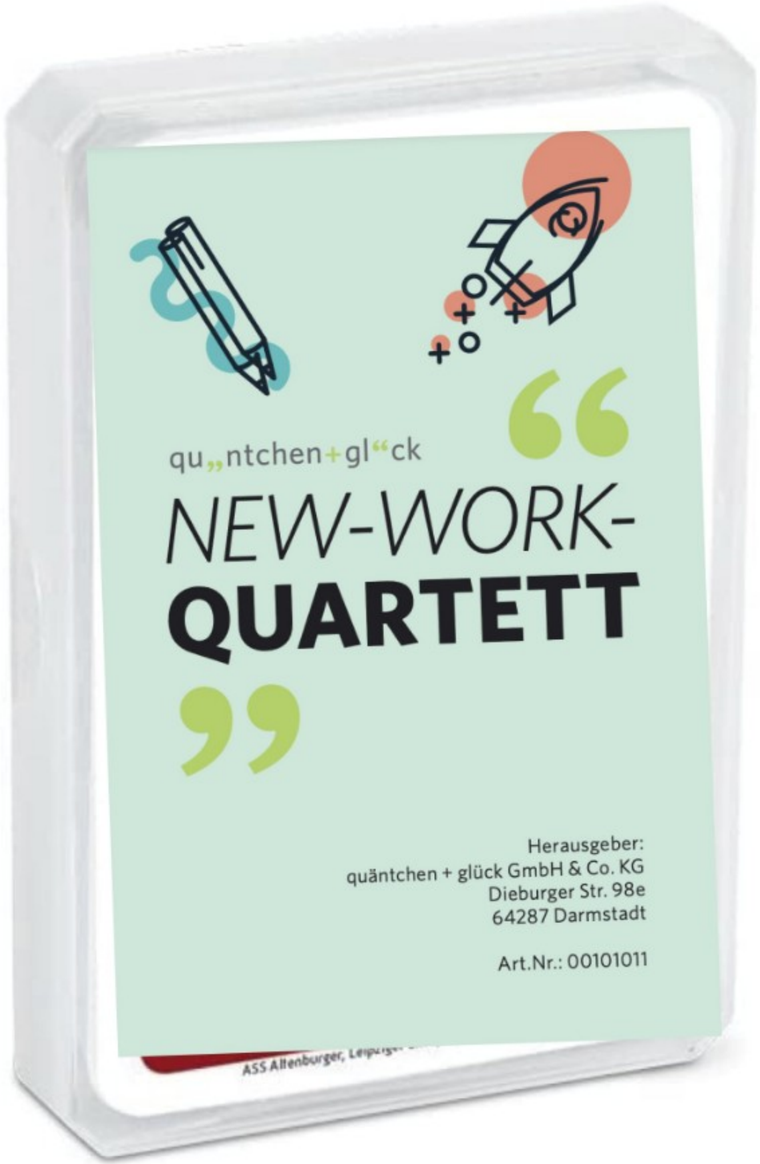
*PlantMe schickt deine neuen Pflanzenfreunde unkompliziert und sicher zu dir nach Hause. Mit Zufriedenheitsgarantie! Stöber jetzt durch unsere kreativen Pflanzenpakete.*




Du hast Lust auf plantMe?
Lass PlantMe mit uns wachsen.
Werde einer der ersten Testnutzer!
Leider kannst du bei uns noch nichts kaufen. Aber bald! Melde dich jetzt an und wir melden uns bei dir, wenn's News gibt!
Deine E-Mail Adresse
E-Mail Adresse
Mit der Anmeldung zum Newsletter stimmst du unseren Datenschutzbestimmungen zu und erlaubst uns, Dich per E-Mail zu Werbezwecken zu kontaktieren.
Anmelden


GREEN ME UP
WELCHE PFLANZE PASST ZU MIR?
PAKETE
INSPIRATION
Finde die Pflanze, die perfekt zu dir passt.
JETZT AUSPROBIEREN


Katzen
Quartett
Spielen + Sammeln
Art.-Nr. 225 72086
4 042677 720863
CE
ASS
ALTENBURGER
SEIT 1765
ASS Altenburger, Leipziger Str. 7, D-04600 Altenburg


qu„ntchen+gl“ck
NEW-WORK-
QUARTETT
Herausgeber:
quäntchen + glück GmbH & Co. KG
Dieburger Str. 98e
64287 Darmstadt
Art.Nr.: 00101011

# *TEST* **CARD**

| *Test Name* | *Zugewiesen an* | *Deadline* | *Dauer* |
|---|---|---|---|
| New Work Quartett | Anna und Philipp | Irgendwann 2018 | ein Barcamp lang |

*Schritt 1: Hypothese*

Wir glauben, dass...

... unsere New-Work-Erfahrung im Quartett-Format beim BCRM Anklang findet.

*Wie kritisch?*

*Schritt 2: Test*

Um das zu verifizieren, werden wir...

... in einer Session zum Quartett mehrere Fake-Quartetts verlosen und die Session auf Social Media bewerben.

*Wie teuer?*

*Belastbarkeit der Daten?*

*Schritt 3: Metriken*

Wir messen...

... Social Buzz, Response im Session Pitch, Teilnehmer*innen in der Session, Menschen die informiert werden wollen.

*Wie lange?*

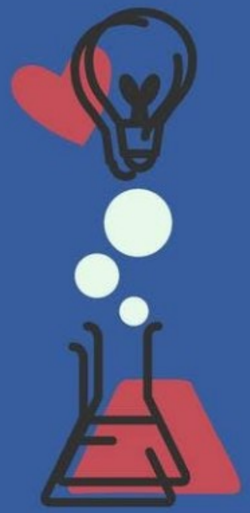
*Schritt 4: Kriterien*

Wir haben recht, wenn...

... mehr als 20 Menschen in der Session sitzen und 30 % auch nach der Session über das Quartett informiert werden wollen.

*Copyright Business Model Foundry AG*

*powered by* Strategyzer



# WICHTIG BEIM EXPERIMEN-TIEREN

- *Muss echt wirken für echte Interaktion*
- *Möglichst wenig Aufwand*
- *Ergebnisse müssen messbar sein*
- *Es geht um Ideen, nicht Funktionen*



SCHRITT 5 - ERKENNTNISSE AUSWERTEN

# *PIVOT, PRESERVE*
# OR PERISH?

Schleudert den Purschen zu Poden!



# PIVOT

*Anderer Fokus?*
*Andere Zielgruppe?*
*Andere Idee?*
*Andere Technologie?*



# PRESERVE

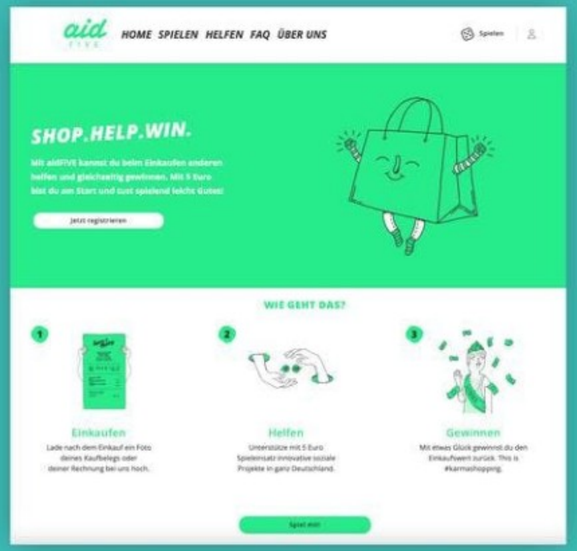
*Wir machen weiter im Prozess und wenden das gelernte an*



# PERISH

*Wir beenden den Prozess*

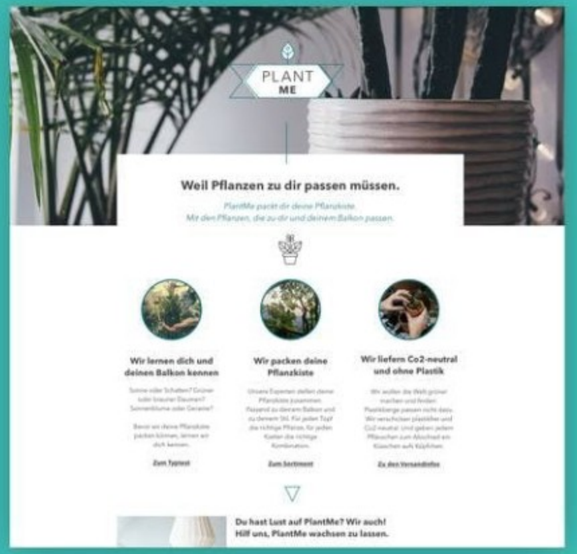
# PIVOT




## aidFive

*Die ursprüngliche Idee den Nutzer direkt im Bestellprozess abzufangen, scheiterte in den Nutzertestings.*

# PRESERVE




## Green me up

*Aus dem Experiment ergab sich eine kleine Community, mit der man das Geschäftsmodell skalieren konnte.*

# PERISH




## Workshop-Timer

*Aus den Interviews ergab sich eine neue Produktidee, die uns aber nicht am Herzen lag.*

Stanford University

# QUICK REFERENCE: Basic Pretotyping Techniques

d. HASSO PLATTNER Institute of Design at Stanford

**MS&E 277 / Fall 2016**
Tina Seelig/Alberto Savoia

| Name | Description | Example | |
|---|---|---|---|
| **Fake Door** | Test the Initial Level of Interest (ILI) in a yet-to-be-developed product or service by creating artifacts that suggest that the product exists and it's available to see if people would buy it. | Would anyone order **McSpaghetti** at a McDonalds? Don't cook a single strand of pasta! Put McSpaghetti on the menu (either in a store or online if applicable) and see if anybody orders it. If someone orders it, say that it's not currently available, apologize and offer them a free burger instead. |  |
| **Facade** | Test the Initial Level of Interest (ILI) in an existing but not yet broadly available/scalable product or service by creating artifacts that suggest greater availability (or scale.) | Would people buy used cars online (in late 90s)? Bill Gross bought some ads in a newspaper advertising **CarsDirect**, a new way to buy cars online. He had no car inventory, but created a simple website to see if people would actually go for it. When people clicked on a "buy" button, he bought the car at retail and delivered it to the customer. Over a week-end he sold a few cars. He lost money on every transaction, but validated the business model for his idea. |   |
| **Pinocchio** | Create a non-operational version of your product and use your imagination to pretend that it actually works to see if and/or how you would use it. | Jeff Hawkins created a wooden version of the **Palm Pilot** to test two key hypotheses: 1) Would I carry something with this form factor (i.e. pocket-sized) around? 2) What would I use it for? He learned that the form factor was just right and that he would use it primarily for calendar, address book and simple note taking. |  |
| **Mechanical Turk** | Before making a major investment in designing and building a complex mechanism or back-end, consider using human skills to simulate the desired outcome. | IBM tested if and how people would interact with a **speech-to-text** computer by simulating the actual hardware and software using a hidden typist. The users, were given a microphone and a monitor but no keyboard; when text appeared on the screen they thought that their commands were being processed by a computer, not a person. |   |
| **YouTube** | Through the "magic of movies" you can make products that don't yet exist come to life and see how people react to them: Are they intrigued? Interested? Will they sign up to learn more or, better yet, commit to buy? | **Google Glass** was first introduced to the world via a YouTube video that showed not what the actual glasses looked like, but what the world would look like through the glasses. People who found the vision (pun intended) of Google Glass compelling had an opportunity to signup and pay $1,500 to receive an "Explorer Toolkit." This way, before producing a single consumer-ready Glass, Google was able to gage Initial Level of Interest (ILI) and gain other valuable feedback. |  |
| **Provincial** | Before committing to launch a new product or service formally and publicly on a large scale, test it in a smaller, more private and informal context to see if people are interested in it. | **BestBuy** pitched a tent in <u>one</u> of their store parking lots and advertised locally for a new service (tentatively named NextPlay) to see if people would be interested in swapping old electronic gear in exchange for store coupons. It worked, and the service is now available in all stores (and not in tents!) |  |
| **One-night Stand** | Offer a pretotype version of you product or service on a very limited time basis to see if there is any interest before making any any long-term commitments. | Sacrificing their own apartment for one night, **Airbnb** founders created a simple website in which they offered an alternative to hotel rooms: An air-mattress + simple breakfast for $80/night (a bargain in San Francisco.) Much to their surprise, 3 people signed up very quickly and they collected $240 on their first night. Airbnb is now valued at over $10B! |   |
| **MVP** | Create a first iteration of your product with the *absolute minimum* set of features that would make it valuable and useful–at least to early adopters. | The first version of the **iPhone** did not support cut-and-paste, it offered a very limited number of apps, it did not support notifications or the über-popular Microsoft Exchange email back-end; and it required iTunes to activate/use it. But people wanted it so much that they did not care about the missing functionality–a great indicator of interest. |  |
| **Infiltrator** | Take advantage of the customer traffic in an existing store (brick-and-mortar or online) to stick an artifact of your idea (it could be a one off, even an empty box) on the shelves to see if people would buy it. | With a used employee shirt bought on eBay to look like an **IKEA** worker, Upwell Labs' founder sneaked in a few prototypes of his new product into an IKEA store and put them on display to see if people would buy them. They did! He proved that his new product would sell in a store ... without owning a store. |  |
| **Impostor** | Use an existing product or service as a starting point for your new product. Most new products or services are not completely new and different from existing ones. Many times there are other products and services that are close enough and, with some work, can be used to *impersonate* the new product you have in mind. | **Tesla**'s Elon Musk took an existing car (a Lotus roadster) that was close enough to the all-electric roadster he had envisioned, ripped off the internal-combustion engine, put an electric engine in it (along with slightly different body) and drove it around. Now he had an artifact, a really sexy and fast one, to show around. People were obviously interested in the new car; but would anyone be interested enough to buy one? He needed data not opinions. So he asked people who expressed interest if they were interested enough to write him a $5,000 deposit check to be on the waiting list for one. |  |

See www.Pretotyping.org for more. Questions, feedback, comments: asavoia@gmail.com

*VARIANTEN*

# DES PRETOTYPING

VERSCHIEDENE VARIANTEN DES PRETOTYPINGS

# PINOCCHIO

Nicht funktionsfähige Vorstufe einer Produktidee, um beispielsweise die Größe oder das Handling zu testen.



VERSCHIEDENE VARIANTEN DES PRETOTYPINGS

# MECHANICAL TURK

Komplexe technische Abläufe werden zunächst von Menschenhand erledigt.



VERSCHIEDENE VARIANTEN DES PRETOTYPINGS

# YOUTUBE

Bevor man die Idee umsetzt, produziert man ein Video, dass das Produkt auf emotionale Weise vorstellt.



VERSCHIEDENE VARIANTEN DES PRETOTYPINGS

# PROVINCIAL

Die Idee wird zunächst mit einer Stichprobe an potentiellen Nutzern in kleinem Umfang getestet.



VERSCHIEDENE VARIANTEN DES PRETOTYPINGS

# INFILTRATOR

Das Produkt oder die Idee wird in ein bereits existierendes (Online-)Geschäft geschmuggelt.



VERSCHIEDENE VARIANTEN DES PRETOTYPINGS

# ONE-NIGHT-STAND

Das Produkt wird vollständig umgesetzt, jedoch zeitlich extrem eingeschränkt, bevor man das Produkt langfristig ausrollt.



*DANKE EUCH!*

**JETZT SEID IHR DRAN.**