

Business Innovation

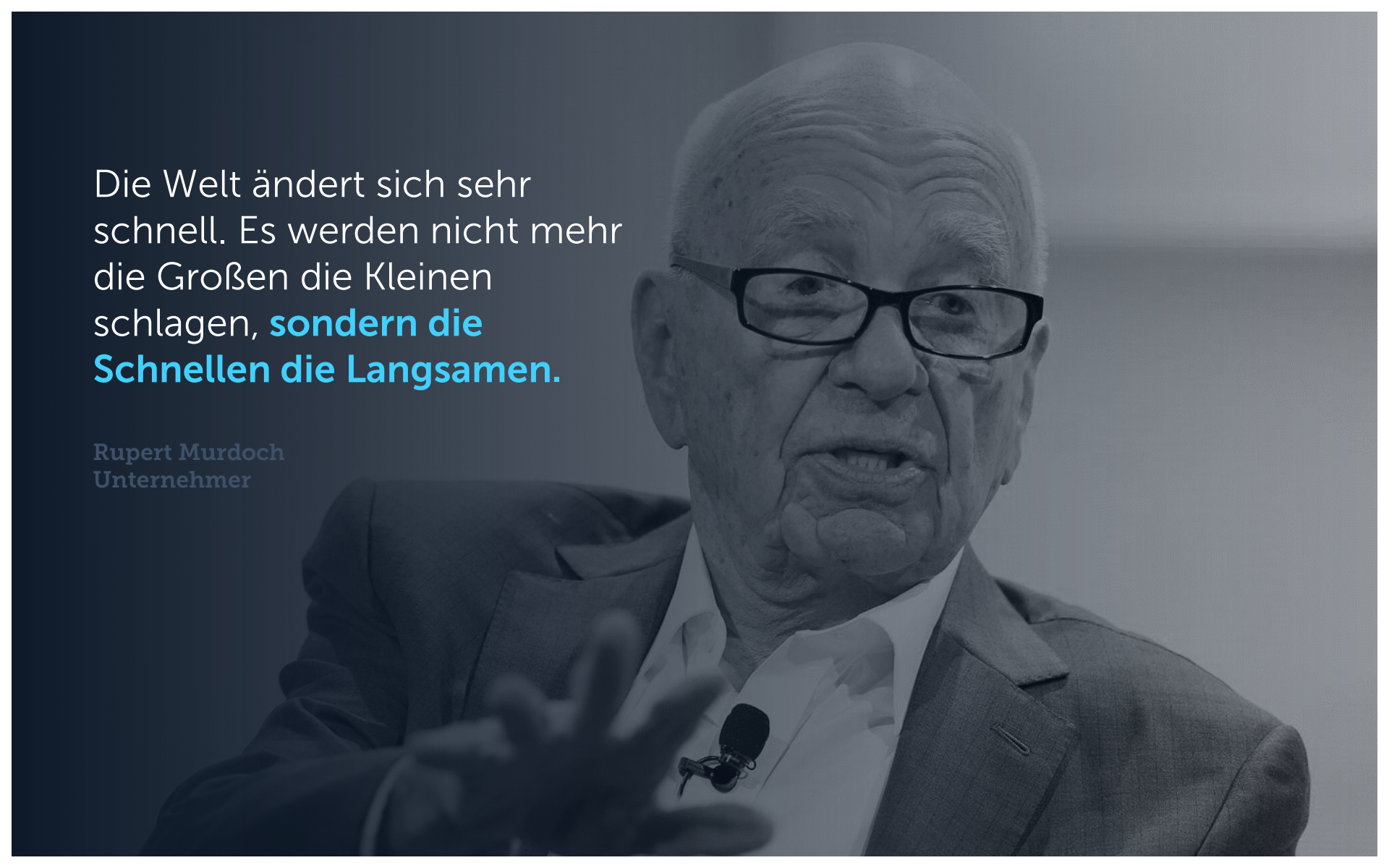
Programm 2018/2019

Workshop Ideenfindung

Workshop Ideenfindung: Aktive Führung im Kreativprozess

Ob erfolgreiches Produkt, spannendes Vertriebskonzept oder einfache Verbesserungsmaßnahme: Alles beginnt mit einer zündenden Idee. Der steigende Wettbewerbs- und Veränderungsdruck erhöht die Relevanz von neuen Ansätzen und Ideen für die unterschiedlichsten Themengebiete. Mit den richtigen Methoden und Strukturen können nicht nur qualitativ hochwertige Ideen gefunden werden, sie können auch in kürzester Zeit in konkrete Projektergebnisse überführt werden.

Der Workshop Ideenfindung hilft Teilnehmern dabei, tragfähige Ideen zu entwickeln und anhand von relevanten Kriterien die richtigen auszuwählen. Mit praxiserprobten Methoden leiten erfahrene Moderatoren die Teilnehmer durch einen strukturierten Kreativprozess. Das Ergebnis: Geringer Zeitaufwand und Ideen mit hohem Akzeptanzpotential. In verschiedenen Workshop-Formaten werden acht Schritte der Ideenfindung durchlaufen und neuartige Ideen gefunden.



Die Welt ändert sich sehr schnell. Es werden nicht mehr die Großen die Kleinen schlagen, **sondern die Schnellen die Langsamem.**

Rupert Murdoch
Unternehmer

Ideenfindung: Programm



Zielgruppe

Mitarbeiter und andere Interessengruppen, die strukturiert neue Ideen generieren wollen



Format

Der Workshop wird in Gruppen zu maximal 10 Personen von je einem Coach geführt und unterstützt



Zeit

Workshops finden zwischen 09:00-18:00 Uhr statt und enthalten Pausen alle 2 Stunden



Raum

Der Workshop findet im Startup-Umfeld oder einem für co-kreative Arbeit ausgerichteten Kreativraum statt

Aufbau des Workshops: Die einzelnen Module der Ideenfindung



Anforderungen stellen

Erwartungshaltung kommunizieren und Einigung auf gewünschte Workshop-Ziele erreichen



Zielgruppe definieren

Kontext und Zielgruppen definieren, um den Fokus für die Ideenfindung zu setzen



Bedürfnisse verstehen

Bedürfnisse, Probleme und Wünsche der definierten Zielgruppe ergründen und verstehen



Problemstellung festlegen

Erkenntnisse über die Zielgruppe zusammenführen und den Rahmen für die Ideensuche setzen



Ideen generieren

Ausgewählte Kreativmethoden anwenden, um qualitativ hochwertige Ideen zu entwickeln



Ideen bewerten

Ideen nach Kundenwert und gemeinsam definierten Kriterien bewerten und priorisieren



Prototypen fertigen

Prototypen auswählen, mit denen die tragfähigsten Ideen schnell und kostengünstig getestet werden



Tests vorbereiten

Erfahren, wie gut Ideen die Zielgruppe ansprechen und die internen Ziele erreichen

— In allen Workshops enthalten

- - - Nur im ganz- / mehrtägigen Workshop enthalten

Anforderungen stellen

Wenn alle an einem Strang ziehen und die Vision kennen, ist Zusammenarbeit deutlich zielgerichteter.

Gemeinsam kommunizieren wir unsere Erwartungshaltung und gewünschten Resultate, um klar vor Augen zu halten, warum und wie wir Ideen erstellen.

Je nach Kontext benutzen wir dabei Methoden wie:

- Elevator Pitch
- Erwartungsmatrix
- Hopes and Hurdles Warm-Up



Zielgruppe definieren

Ob eine Idee erfolgreich ist, hängt maßgeblich von der Akzeptanz der Zielgruppe ab. In einem kundenzentrierten Prozess definieren wir die Zielgruppe als Erstes.

Mit dieser Basis schaffen wir Bewusstsein bei den Teilnehmern, welche Personen oder Organisationen angesprochen werden und in welchem Umfeld sich diese befinden.

Je nach Kontext benutzen wir dabei Methoden wie:

- Stakeholder Maps
- Territory Maps
- Proto-Personas



Bedürfnisse verstehen

Welche Probleme, Bedürfnisse und Ziele hat die Zielgruppe? Was denkt, fühlt und macht sie? Wer einen empathischen Einblick in seine Zielgruppe hat, kann viel besser nachvollziehen, wo Ideen ansetzen können.

Um dies zu erreichen, versetzen wir uns in die Lage der Zielgruppe und erkunden ihr alltägliches Leben.

Je nach Kontext benutzen wir dabei Methoden wie:

- Empathy Maps
- A Day in the Life
- Value Proposition Canvas



Problemstellung festlegen

Wenn Problemstellungen einen klaren Rahmen haben, fällt die Ideenfindung leichter und die Ergebnisqualität steigt. Beschränkungen schärfen den Fokus, setzen Grenzen und inspirieren zu neuartigen Lösungen.

Mithilfe der gewonnenen Erkenntnisse wählen wir eine Problemstellung und legen ein konkretes Ziel fest.

Je nach Kontext benutzen wir dabei Methoden wie:

- „How might we?“-Fragen
- Jobs to be done
- Affinity Mapping



Ideen generieren

Um qualitativ hochwertige Ideen zu generieren, muss zuerst eine Grundlage vieler unterschiedlicher und ausgefallener Ideen geschaffen werden.

Wir beschleunigen diesen Prozess und lenken die Erschaffung neuer Ideen in definierte Bahnen. So wird eine zielgerichtete Grundlage etabliert.

Je nach Kontext benutzen wir dabei Methoden wie:

- 6-3-5-Methode
- Design Studio
- Disney-Methode



Ideen bewerten

Mit der Ideenbewertung können Ideen mit dem größten Potenzial identifiziert werden.

Hierzu analysieren und priorisieren wir Ideen auf Basis von Aufwänden, Kundenbedürfnissen sowie kontextuell relevanten Kriterien. So kann auch mit beschränkten Ressourcen das Maximum an kreativem Potenzial genutzt werden.

Je nach Kontext benutzen wir dabei Methoden wie:

- SWOT- und Fokus-Matrix-Analysen
- Value Cards
- Dot-Votings



Prototypen fertigen

Damit die aussichtsreichsten Ideen auf Marktakzeptanz geprüft werden können, entwickeln wir kompakte Ideen-Prototypen.

Im Rahmen des Workshops nutzen wir einfache Methoden der Prototypen-Entwicklung, um kostengünstig und mit möglichst geringem Aufwand eine erste Rückmeldung von den Zielgruppen zu erhalten.

Je nach Kontext benutzen wir dabei Methoden wie:

- Papier Prototypen
- Storyboards
- Service Origami

Nur im ganztägigen Workshop enthalten



Tests vorbereiten

Um Ideen noch weiter zu verbessern und effektiver zu gestalten, muss man sie der Zielgruppe zeigen und aus ihrem Feedback lernen.

Mit dem fertigen Prototyp und einer Testumgebung kann dieses Feedback eingeholt werden. Wir definieren Teilnehmer, Forschungsformat, Forschungsziele und Schlüsselfragen der Tests und bereiten sie vor. Dies gibt den Teilnehmern richtungsweisende Strukturen für das Feedback und den weiteren Verlauf des Projekts.

Nur im ganztägigen Workshop enthalten



Vorteile

Ideen für Ihr Organisationsprojekt strukturiert und zeitsparend entwickeln



Entwickeln Sie viele und spannende Ideen, um Ihr Projektziel auf neue, vorher unbekannte Arten erreichen zu können.



Erschaffen Sie durch die Prinzipien der Kundenzentrierung Ideen, die Ihre Endnutzer begeistern.



Bauen Sie strukturiert auf den Erfahrungen und Konzepten anderer Teilnehmer auf, um disziplinübergreifende Ideen zu generieren.



Sie stellen sicher, dass durch die Moderation typische Probleme der Gruppendynamik vermieden werden.



Sie profitieren von praxiserprobten Methoden, die eine fokussierte Ausrichtung auf das Projektziel ermöglichen.



Mit optionalen Elementen, wie dem Impulsgeber und den Research-Modulen, kann der Workshop konkret an Ihre Lage angepasst werden.

Trainer

Der Workshop Ideenfindung wird von erfahrenen Moderatoren durchgeführt



Alexander Dodig

Entwickelt seit 2012 Produkte und Dienstleistungen mit Unternehmen wie Daimler, Haniel, RheinEnergie und thyssenkrupp Bilstein. Hierbei leitet er regelmäßig Workshops, hält Vorträge und ist Mentor für die Accelerator-Programme von Google und E.ON.



Niels Drobek

Hat nach seinem Magister in Informatik und Kommunikationswissenschaften viele Jahre Erfahrung in der Usability-Forschung gesammelt und ist Experte für die Entwicklung von Prototypen. Als Facilitator leitet er regelmäßig Workshops und Design Sprints.

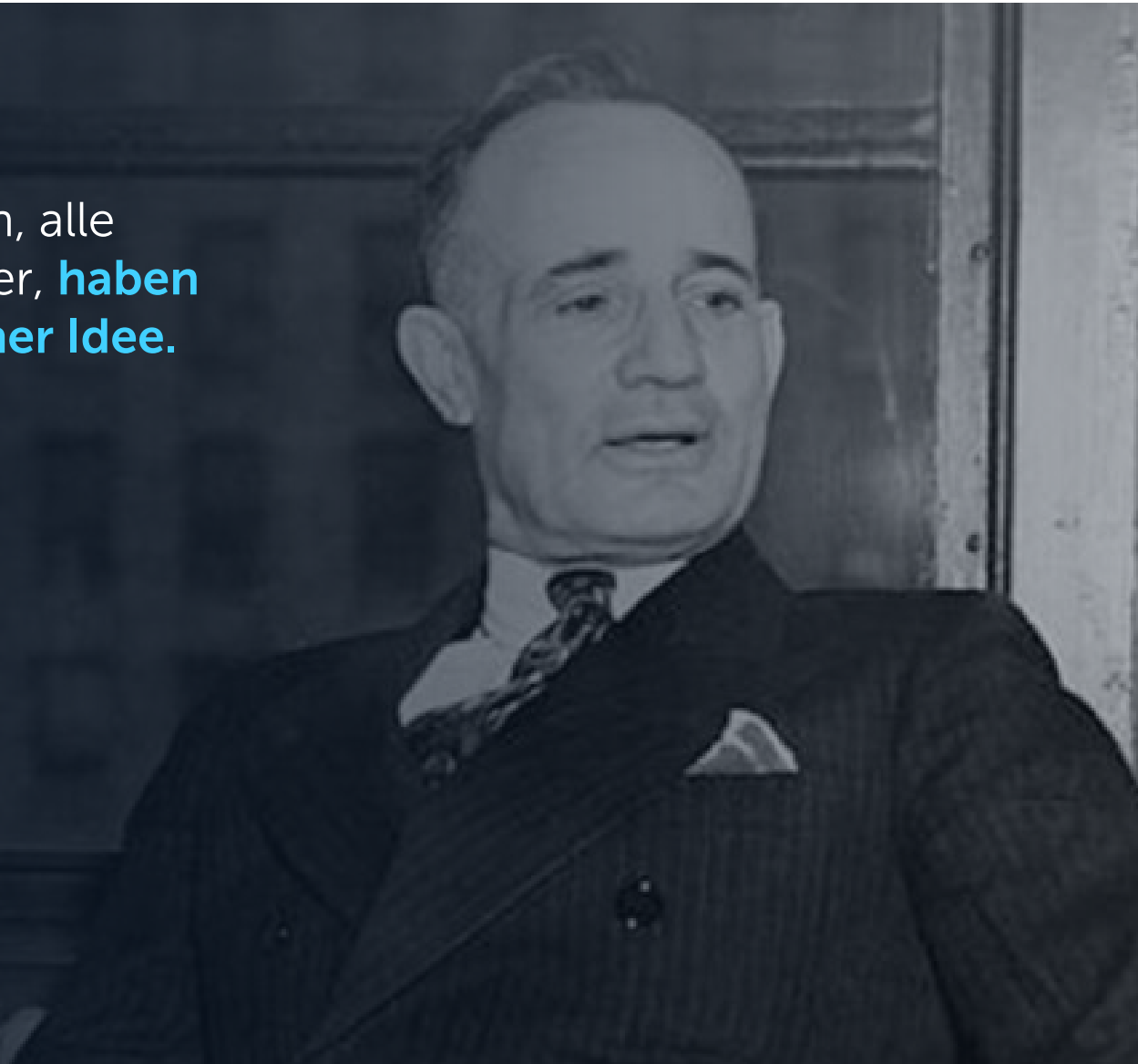


Aurel Moussa

Entwickelte nach seinem Studium der Volks- und Betriebswirtschaftslehre neue Geschäftsfelder bei Sony und mittelständischen Unternehmen. Als Experte für Markt- und Konkurrenzanalysen bringt er in Workshops Wissen zu Strategie und Positionierung ein.

Alle Errungenschaften, alle verdienten Reichtümer, **haben ihren Ursprung in einer Idee.**

Napoleon Hill
Leadership-Experte und Autor



Workshops im Überblick



Impulse

In diesem halbtägigen Workshop führen wir Sie von Projektanforderung bis zur Ideenauswahl. Gruppen werden zu max. 10 Personen je von einem Moderator geleitet.

EUR 269,00
für ½ Tag pro Person

Intensive Course

Der ganztägige Workshop erlaubt es, die generierten Ideen in Prototypen umzusetzen und Tests zu erstellen. Gruppen werden zu max. 10 Personen je von einem Moderator geleitet.

EUR 539,00
für 1 Tag pro Person

Masterclass

Die 2-tägige Masterclass ermöglicht eine intensivere Betrachtung der Themenfelder. Gruppen werden zu max. 10 Personen je von einem Moderator geleitet.

EUR 1.099,00
für 2 Tage pro Person

Optionale Module



Research Modul

Die Kundenforschung im Vorfeld erlaubt es Ihnen, detaillierte Einblicke in Ihre Zielgruppe und deren Bedürfnisse und Probleme zu erhalten. Ihre Ideen können somit auf Basis von Fakten entwickelt werden.

EUR 6.300,00



Impulsgeber

Ein erfahrener Consultant vermittelt Ihnen als Impulsgeber tiefgreifendes Wissen aus laufenden und abgeschlossenen Innovationsprojekten. So erhalten Sie zusätzliche Inspiration für Ihre Ideen.

EUR 1.200,00
pro Tag

A group of 14 people, 11 men and 3 women, are posed in an office environment. They are arranged in two rows: three people are seated in the front row on modern chairs, and the remaining eleven are standing behind them. A large, black, shaggy dog is lying on the floor in the foreground. The office has a wooden floor, white walls, and a brick pillar. The text "Me & Company" is overlaid in the center in a white, sans-serif font.

Me & Company



Deutschlands erste Customer Experience Agentur



#Gründung2012



#15Kreative



#Düsseldorf

Gründe für unsere Gründung



Neue Technologien
AI, Cloud, E-Mobility, Mixed Reality



Neuer Wettbewerb
GAFAM, Startups, Corporate Development

Wir helfen
Unternehmen sich
neu zu denken.



Neue Kundenerwartungen
Individualisierung, Automatisierung, Always on



Neue Arbeit
Agile, GenY, Kollaboration

Mit drei zentralen Bereichen für **effektive Weiterentwicklung.**



Business Innovation

Unternehmens- & Geschäftsfeldentwicklung

Strategie, Kreativität und Technologien
für Produkte und Services mit digitaler DNA
u.a. mit Design Thinking und Lean Startup



New Work

Innovationskultur und selbstorganisierte Teams

Individualisierung und Einführung von sowie
Training in Management for Happiness-
Konzepten u.a. mit Scrum und Holarchie



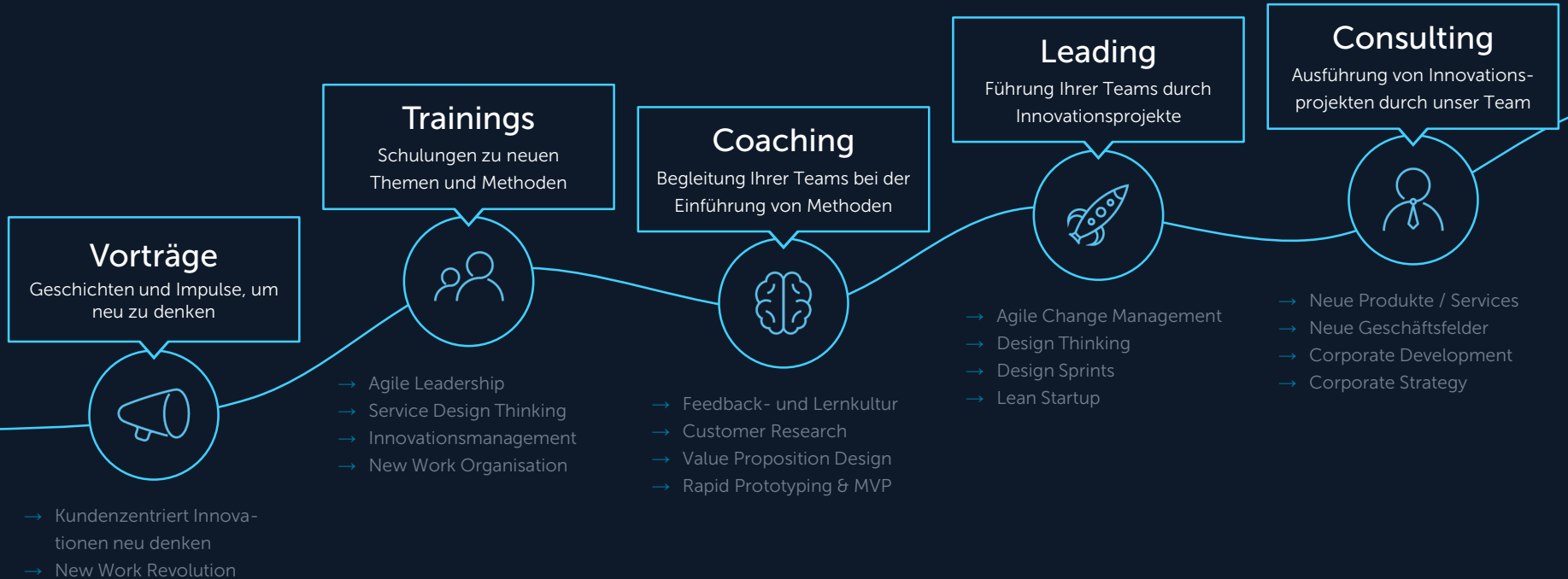
Audience Development

Kommunikation für Wandel & Wachstum

Strategie, kreative Ideen und operative
Umsetzung nahtloser Markenerlebnisse
entlang der Customer Journey

Services

Wir bringen unser Expertenwissen
je nach **Kontext und Bedarf** ein.



Wir agieren **strategisch mit Weitsicht** **und unterstützen operativ.**



Customer Research

Empirische Erforschung von Kunden-
bedürfnissen und -verhalten

Rund 50 Methoden aus den Bereichen
Feldforschung, Interviews, Nutzungsanalysen,
Trendforschung, Umfragen



Rapid Prototyping

Entwicklung von Prototypen und MVP für
neue Produkte, Services und Arbeitsformen

Digitale Prototypen, Popup-Stores,
Hackathons und Innovation Labs,
Agile Change Management



Digitale Services

Entwicklung von digitalen Applikationen
für mobile, web und Point of Sale

Augmented- und Virtual Reality,
eCommerce und Omnichannel, Process
Automation, Intranet und Kollaboration

In einem Satz ...

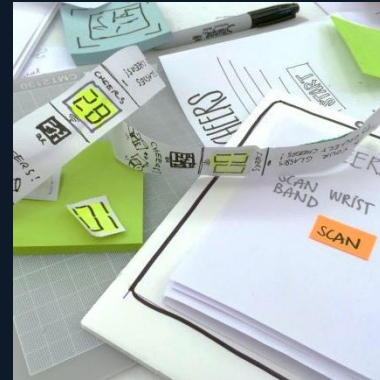
Wir lernen die Probleme Ihrer Kunden verstehen und **liefern den Proof-of-Concept für mutige Lösungen.**



Kundenprobleme verstehen und nutzen



Experten einbinden und Perspektiven vereinen



Ideen in schnelle Prototypen überführen



Frühzeitig am Kunden testen und lernen



Wir kommen aus der Praxis



Training Experience für Mercedes Benz

Optimierung der Learner-Journey für die jährlichen Trainings aller globalen Verkäufer von Mercedes Benz durch Forschung in 3 Ländern sowie Workshops mit Trainern und Projektleitern.



Startup-Ideen für die Haniel Gruppe

Exploration sowie Entwicklung und Bewertung von über 20 Ideen für Corporate Startups mit einem co-creativen Team aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens.



Agile Transformation bei SchachtOne

Konzept und Implementation von Open Spaces zur Einbindung aller Mitarbeiter der Haniel Digital-Unit SchachtOne in die Weiterentwicklung der schnell wachsenden Einheit.

Auszug aus unserer Kundenerfahrung



„Deka

VORWEG GEHEN

apetito

SYNAXON
IT.PARTNER

LBi



Persil

REWE
GROUP

Allianz

DB BAHN

CWS)) boco

DAIMLER



SEKISUI

HANIEL



KAISER+KRAFT
EUROPA
KAISER+KRAFT
ALLES FÜR DIE FIRMA.



Holarchie

Die Bank
der Zukunft

Wer neu denkt, kann nicht in einem Organisationsmodell von 1916 arbeiten.

Seit 2012 arbeitet Me & Company an seiner agilen Form der Unternehmensorganisation. Heute leben wir in einer Holarchie, einer neuen Form der Führung ohne klassisches Management.



Mehr zu New Work bei Me & Company

Wir freuen uns Sie
kennenzulernen.



Nils Tißen

n.tissen@me-company.de

+49 (0)211 / 54 210 210