

Brainstorming basierend auf der Customer Journey



Value-in-Use Design Phase (Wann sollte die Methode angewendet werden?)

Phase 4 - Service Design für den Value in Use

Hauptziel

Gemeinsam Ideen oder mögliche Lösungen zu erarbeiten, um den Value der Kunden an jedem der verschiedenen Interaktionspunkte zu verbessern.

Ablauf

Schritt 1) Sie haben bereits den Value-in-Use an jedem der verschiedenen Interaktionspunkte in der Customer Journey definiert. Jetzt, überlegen Sie sich möglichst viele Ideen oder Lösungsansätze dazu, welche Aspekte an jeder der Interaktionspunkte eingebaut werden können, um die Interaktion zwischen dem Nutzer und dem Service/ des Produkts zu verbessern.

Schritt 2) Überlegen Sie sich möglichst viele innovative Ideen, wie der Value-in-Use an jedem der verschiedenen Interaktionspunkte verbessert werden kann.

Wichtige Leitfragen

Wie viele Interaktionspunkte liegen zwischen dem Moment, in dem ein Kunde meine Dienstleistung erwerben möchte, und dem Moment, in dem er/sie diese bereits erworben hat? Was kann ich tun, damit dieser Nutzer loyal wird?

Was ist der Value-in-Use des Nutzers an jedem der verschiedenen Interaktionspunkte? Was erwartet der Nutzer an jedem der verschiedenen Interaktionspunkte von der Leistung?

Wie kann ich das Serviceerlebnis an jedem der verschiedenen Interaktionspunkte verbessern? Was hätte an jedem Interaktionspunkt verbessert werden können? Was kann getan werden, um den Value in Use an jedem Interaktionspunkt zu verbessern?

Wie kann ich vom Einsatz und der Anwendung von IT profitieren, um die Interaktion mit meinem Kunden über mein Produkt/ meine Dienstleistung zu verbessern?

Vorteile dieser Methode

Brainstorming basierend auf der Customer Journey ermöglicht es Ihnen, kreativ zu werden und menschen- und wertorientierte Lösungen zu finden.

Brainstorming auf Basis der Customer Journey ermöglicht es Ihnen, über den Value-in-Use an den verschiedenen Interaktionspunkten nachzudenken und mögliche Lösungen und Ideen zur Steigerung des Value-in-Use an den verschiedenen Interaktionspunkten zu finden.

Brainstorming basierend auf der Customer Journey ermöglicht es Ihnen, über den Tellerrand hinaus zu denken und kreative und verrückte Lösungen zu finden, die möglicherweise am Ende des Tages für Ihren Service/Ihr Produkt implementiert werden können.

Voraussetzungen

Dauer: 10 - 30 Minuten

Durchführung: Analog + Digital

Aufbauend auf der Customer Journey Methode

Benötigte Materialien: Brainstorming basierend auf der Customer Journey-Vorlage, oder leeres Blatt, Stift und Papier

Schwierigkeitsgrad: niedrig

Weitere Empfehlungen

Kritisieren Sie nicht die Ideen anderer.

Versuchen Sie, Ihre Ideen auf den Ideen anderer aufzubauen.

Versuchen Sie, so viele Ideen wie möglich zu entwickeln.

Behalten Sie den Value-in-Use des Nutzers im Fokus und versuchen Sie, menschliche und wertorientierte Ideen zu entwickeln.

Wenn Sie Ihre Ideen nicht in Worte fassen können, versuchen Sie, sie zu veranschaulichen.

Auch die IT kann den Unterschied machen, wenn es um Interaktionen geht. Überlegen Sie, wie Sie vom Einsatz und der Anwendung der IT profitieren können und nutzen Sie sie so, dass Sie die Interaktion mit den Kunden gegenüber Ihrer Dienstleistung/Ihrem Produkt erhöhen können.

Lassen Sie sich von folgenden Inspirationskarten inspirieren: (1) Inspiration, (2) Learning und (3) Customizing.

INSPIRATION

Zeigen Sie, was Sie können.

Wie werden Kund*innen auf

Ihren Service auf-

merksam, bevor

sie sich dafür

entscheiden?

(Glossy-Box)



Bieten Sie Erlebnisse.

Gibt es eine Möglichkeit,

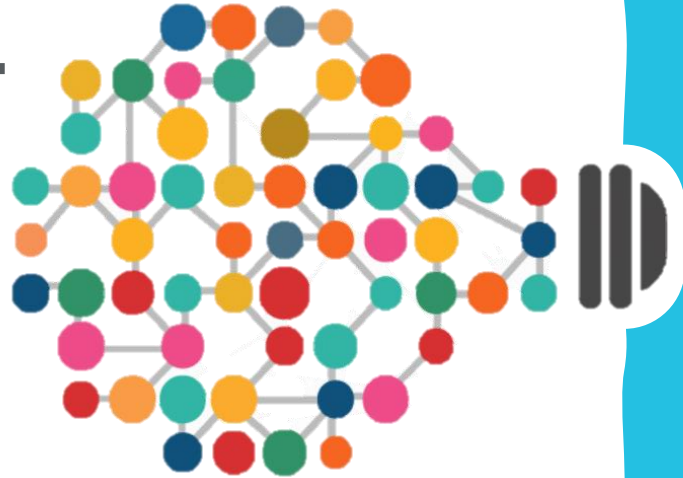
Kund*innen im gewohnten

Umfeld ihren Service testen zu

lassen? **(The Line)**

LEARNING

Lernen Sie dazu.
Nutzen Sie die Interaktion mit den Kund*innen um bessere Lösungen anzubieten?
(Stitch Fix)



Lassen Sie Kund*innen lernen.
Helfen Sie Ihren Kund*innen dabei, immer besser mit Ihrem Angebot zurechtzukommen?
(Regelmäßige und passende Tipps)

CUSTOMIZING

Individuelle Lösungen zählen.

Passen Sie Ihr Angebot
(automatisch) an die

Präferenzen Ihrer

Kund*innen an

oder ermöglichen

Sie ihnen, dies

selbst zu tun?

(Spotify)



Kuratieren.

Sind Sie individueller Begleiter

für Lebenssituationen?

(Modomoto)