Ways to Grow Framework

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

Phase 4 - Service Design für den Value in Use

Hauptziel

Die Ideen zu clustern, abhängig von der Fähigkeit, einen aktuellen Gebrauchswert zu beeinflussen, der Fähigkeit, einen neuen Gebrauchswert zu schaffen und welche Art von Kompetenzen und Ressourcen benötigt werden, um jede der verschiedenen Ideen umzusetzen.

Ablauf

Schritt 1) Sie haben gemeinsam mit Ihrem Team ein Brainstorming durchgeführt, wie Sie den Value-in-Use an den verschiedenen Interaktionspunkten verbessern können. Nun ist es Zeit, Ihre Ideen zu clustern. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit, um über die Ideen nachzudenken, die Sie mit Ihrem Team generiert haben, und betrachten Sie die Matrix "Ways to Grow Framework" genauer. Machen Sie sich bewusst, dass die Matrix aus zwei Hauptkomponenten besteht, nämlich "Nutzwert" und "Machbarkeit von Kompetenzen".

Schritt 2) Beginnen Sie zunächst damit, die Ideen zu clustern, von denen Sie glauben, dass sie einen Einfluss auf den bestehenden Value-in-Use der Leistung haben.

Schritt 3) Überlegen Sie, welche dieser Ideen mit den vorhandenen Kompetenzen tatsächlich umsetzbar sind. Wenn dies der Fall ist, beginnen Sie damit, diese Ideen unter dem Quadranten "existierende Kompetenzen" zu clustern.

Schritt 4) Denken Sie nun an die Ideen, die zwar zum bestehenden Value-in-Use beitragen könnten, die aber ohne die Hilfe von externen Partnern nicht umgesetzt werden können. Daher die Notwendigkeit, neue Kompetenzen und Ressourcen von externen Partnern einzubeziehen. Clustern Sie solche Ideen unter dem Quadranten "neue Kompetenzen".

Schritt 5) Jetzt haben Sie Zeit, über die Ideen nachzudenken, die tatsächlich zu einem neuen Value-in-Use Ihrer Leistung beitragen könnten. Beginnen Sie zunächst damit, die Ideen zu clustern, die einen neuen Value-in-Use in Ihrem Angebot generieren könnten und die auch mit den vorhandenen Kompetenzen und Ressourcen umgesetzt werden können. Clustern Sie solche Ideen in den obigen Quadranten der "existierenden Kompetenzen".

Schritt 6) Jetzt denken Sie nun aber auch an die Ideen, die einen neuen Value-in-Use in Ihrem Angebot generieren könnten, die aber nur mit der Verfügbarkeit neuer Kompetenzen und Ressourcen umgesetzt werden können. Clustern Sie solche Ideen in den obigen Quadranten der "neuen Kompetenzen".

Schritt 7) Sie haben es geschafft, alle verschiedenen Ideen in der Matrix zu clustern. Nehmen Sie sich einen Moment Zeit, um mit Ihrem Team über das entstandene Ergebnis nachzudenken und gemeinsam zu entscheiden, welche der Ideen am wichtigsten für die Umsetzung wäre.

Schritt 8) Beginnen Sie mit der Umsetzung der Ideen, die einen neuen Value-in-Use für Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung generieren könnten. Dies sind z.B. Ideen, die eine hohe Relevanz für den Kunden haben. Konzentrieren Sie sich zunächst auf die Ideen, die einen neuen Value-in-Use generieren könnten, die Sie aber mit den vorhandenen Kompetenzen umsetzen können. In diesem Zusammenhang müssen Sie nicht nach weiteren Partnern für die Umsetzung solcher

Ideen suchen, sondern können sie die vorgeschlagenen Ideen mit Ihrem aktuellen Service-Ökosystem umsetzen.

Schritt 9) Wenn Sie herausgefunden haben, wie Sie die Ideen, die zu einem neuen Value-in-Use führen könnten, mit Ihren vorhandenen Kompetenzen umsetzen können, nehmen Sie sich etwas Zeit, um zu überlegen, ob Sie eine der anderen Ideen umsetzen möchten, die zwar auch zu einem neuen Value-in-Use führen können, aber neue Kompetenzen und Ressourcen erfordern. Sie können entscheiden, welcher Aufwand für eine solche Umsetzung erforderlich ist. In der Regel sind dies Ideen, die langfristig umgesetzt werden, aber letztendlich zu einem großen Nutzen für das Unternehmen führen.

Schritt 10) Machen Sie nun dasselbe Verfahren mit den restlichen Ideen, die zu einem bestehenden Value-in-Use beitragen könnten. Gehen Sie so vor, dass Sie diejenigen Ideen umsetzen, die Ihrem bestehenden Value-in-Use verbessert und mit existierenden Ressourcen und Kompetenzen aus Ihrem Service-Ökosystem umgesetzt werden können.

Schritt 11) Überlegen Sie schließlich, wie die Ideen umgesetzt werden können, die zum bestehenden Value-in-Use beitragen könnten und die Verfügbarkeit neuer Kompetenzen und Ressourcen erfordern würden. Diese werden als die weniger wichtigen Ideen betrachtet, da sie noch keinen neuen Value-in-Use für das Produkt/die Dienstleistung vorschlagen und die Umsetzung viel Zeit des Unternehmens erfordern würde. Daher sollten diese Ideen bis zum Schluss aufbewahrt werden.

Wichtige Leitfragen

1) Kann ich die vorgeschlagenen Ideen mit vorhandenen Ressourcen und Kompetenzen aus dem Service-Ökosystem umsetzen oder benötige ich die Unterstützung und Hilfe von externen Partnern?

2) 2) Wie weit ist mein Unternehmen mit dem IT-Wissen? Ist das Unternehmen in der Lage, die Möglichkeiten der IT weiter auszuschöpfen?

3) Ist das Unternehmen in der Lage, Ideen anzustreben, die zu einem neuen Value-in-Use beitragen könnten, aber die Unterstützung und Hilfe von externen Partnern erfordern würden? Haben wir die Zeit und die Ressourcen dafür?

4) Ist es unser Ziel, in Zukunft neue Kunden zu gewinnen oder die Bedürfnisse unseres aktuellen Marktes zu befriedigen?

5) Wie können wir neue Partner gewinnen, um unser Service-Ökosystem zu erweitern? Was können wir ihnen anbieten und was können sie uns anbieten?

6) Wollen wir langfristig Netzwerkeffekte schaffen und die Kapazitäten unseres Unternehmens erweitern? Oder sind wir eher daran interessiert, unseren aktuellen Markt zufrieden zu stellen und das Unternehmen an die Marktveränderungen anzupassen?

Vorteile dieser Methode

Das Ways to Grow Framework kann zu Ideen führen, die zu einem neuen Value-in-Use Ihres aktuellen Serviceprodukts/-angebots beitragen könnten.

Das Ways to Grow Framework kann dazu führen, Ihr Service-Ökosystem zu erweitern und neue und innovative Ideen umzusetzen.

Das Ways to Grow Framework ermöglicht es Ihnen, Ihre Ideen zu clustern und zu priorisieren, so dass Sie als Unternehmen einen strukturierten Plan ausarbeiten können, wie Sie bei der Umsetzung dieser Ideen vorgehen.

Das Ways to Grow Framework ermöglicht es Ihnen, die IT-Kapazitäten des Unternehmens zu

reflektieren und über Wege nachzudenken, wie Sie die Nutzung und Anwendung von IT im gesamten Unternehmen verbessern können.

Das Ways to Grow Framework ermöglicht es Ihnen, Ihre Ideen nach sehr wichtigen geschäftlichen Aspekten zu priorisieren, wie z. B: "Relevanz für die Kunden", "Fähigkeit zur Erzeugung von Netzwerkeffekten" und "IT-Anforderungen".

Das Ways to Grow Framework ermöglicht es Ihnen, über Ihr Geschäftsmodell nachzudenken und Wege zu finden, wie Sie es so anpassen können, dass Sie langfristig Netzwerkeffekte erzeugen können.

Voraussetzungen

Dauer: 30 – 60 Minuten

Durchführung: Analog + Digital

Aufbauend auf der Brainstorming basierend auf der Customer Journey Methode

Benötigte Materialen: Ways to Grow Framework-Vorlage, oder leeres Blatt, Stift und Papier

Schwierigkeitsgrad: hoch

Weitere Empfehlungen

Konzentrieren Sie sich auf die Umsetzung von Ideen, die zu einem neuen Value-in-Use Ihrer Produkte/Dienstleistungen führen könnten. Seien Sie jedoch immer offen für jede andere Art von Ideen. Stellen Sie nur sicher, dass sie einen Mehrwert für den Benutzer bringen und dass Sie in der Lage sind, sie umzusetzen.

Überlegen Sie, ob Sie über genügend Ressourcen und Fähigkeiten verfügen, um die Ideen, die zu einem neuen Value-in-Use führen könnten, umzusetzen. Wenn nicht, denken Sie an Partner, die Ihnen bei der Umsetzung helfen könnten.

Diskutieren Sie die ausgewählten Ideen mit Ihren Nutzern. Fragen Sie sie, welche dieser Ideen Ihre Nutzer kurz- und langfristig beibehalten möchten.

Lassen Sie sich von folgenden Inspirationskarten inspirieren: (1) Inspiration, (2) Learning, (3) Customizing, (4) Beziehung und (5) Identifikation.

Service Design für den Value in Use

INSPIRATION

Zeigen Sie, was Sie können.
Wie werden Kund*innen auf Ihren Service aufmerksam, 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)

Service for Good

Service Design für den Value in Use

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)

Service for Good

Service Design für den Value in Use

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)

Service for Good

Service Design für den Value in Use

BEZIEHUNG

Seien Sie Sie selbst.
Gibt es die Möglichkeit Ihren Kund*innen persönlicher zu begegenen?
(truefruits, Innocent)

Arbeiten Sie zusammen.
Können Sie Kollaboration mit den Kund*innen anstoßen und fördern?
(Vertrauens-vorschuss)

Service for Good

Service Design für den Value in Use

IDENTIFIKATION

Lassen Sie sich finden.
Wie leiten Sie Menschen zu sich, wenn sie Ihren Service irgendwo gehört, gesehen oder erlebt haben?
(Shazam)

Service for Good