

## Werte-Kompetenzen-Check



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

Phase 3 - Realisierung des Wertes für den Kunden

#### Hauptziel

Die Ressourcen und Kompetenzen zu definieren, die Sie als Anbieter haben, aber auch die Ressourcen und Kompetenzen anderer Akteure zu definieren, die helfen können, die Gestaltung und Ausführung ihrer Dienstleistung/Ihres Produkts zu verbessern.

#### Ablauf

Schritt 1) Definieren Sie die Leistung (z.B. Produkt oder Dienstleistung) und was der Wert in der Nutzung der Leistung für den Nutzer sein soll (Value-in-Use). Richten Sie sich nach der "From-Service-To-Value" Vorlage, wenn Sie den Nutzwert eines gesamten Angebots betrachten möchten; oder der "Customer Journey" Vorlage, wenn Sie den Nutzwert eines einzelnen Interaktionspunktes, anstatt des gesamten Angebots, betrachten möchten.

Schritt 2) Denken Sie an die verschiedenen Interaktionspunkte, die der Nutzer durchlaufen muss, um Ihr Angebot zu erhalten.

Schritt 3) Überlegen Sie, ob Sie in der Lage sind, einen solchen Service/Produkt für Ihre Nutzer selbst anzubieten, oder ob Sie die Fähigkeiten und Kompetenzen externer Partner (einschließlich der Kunden selbst) integrieren

müssen, um ein solches Produkt/ein solches Service anbieten zu können.

Schritt 4) Definieren Sie Ihre internen Ressourcen und Kompetenzen und wie diese dazu beitragen können, ein solches Produkt/eine solche Dienstleistung anzubieten und den Value-in-Use für den Nutzer zu erfüllen.

Schritt 5) Definieren Sie externe Partner, die ebenfalls im Serviceangebot involviert sein könnten, und bestimmen Sie, wie deren Ressourcen und Kompetenzen dabei helfen können, das Produkt/die Dienstleistung zu liefern und den Wert für den Nutzer zu erfüllen.

Schritt 6) Betrachten Sie Ihren Nutzer auch als externen Partner. Definieren Sie nun, welche Kompetenzen und Ressourcen Ihr Nutzer selbst auch einbringen kann, um das Serviceerlebnis eines solchen Angebots so zu verbessern, dass sein Nutzwert erfüllt wird.

#### Wichtige Leitfragen

1) Was ist mein Angebot? Was biete ich an? Ist mein Angebot, bzw. das Produkt/die Dienstleistung analog oder digital?

2) Was ist der Wert, den ich mit meinem Angebot erreichen möchte? Was ist der Value-in-Use für den Kunden?

3) Welche Interaktionspunkte gibt es zwischen dem Serviceangebot und dessen Inanspruchnahme durch den Kunden? Was sind die Grundvoraussetzungen, um solche Interaktionspunkte zu erreichen?

3) Was sind meine internen Ressourcen sowie Kompetenzen? Was sind kritische interne Ressourcen?

4) Wer sind meine externen Stakeholder? Was sind deren Ressourcen sowie Kompetenzen? Was sind kritische externe Ressourcen? Brauche ich

alle Akteure aus dem Ökosystem? Oder gibt es Akteure, die meinem Angebot schaden?

5) Sind alle meine Ressourcen sowie Kompetenzen entscheidend, um mein Angebot zu erfüllen?

6) Was sind die Ressourcen und Kompetenzen meiner Kunden? Wie könnte ich sie an der Gestaltung und Entwicklung des Serviceangebots beteiligen?

### Vorteile dieser Methode

Mit dem Werte-Kompetenzen-Check können Sie sowohl die internen als auch die externen Ressourcen und Fähigkeiten aller Akteure, die sich am Serviceangebot beteiligen, definieren (z. B. Service-Ökosystem).

Mit dem Werte-Kompetenzen-Check können Sie erkennen, dass Sie als Dienstleistungsanbieter auf bestimmte Ressourcen und Kompetenzen verzichten, die andere haben könnten, um Ihr Angebot zu vervollständigen.

Mit dem Werte-Kompetenzen-Check können Sie ermitteln, welche Akteure aus dem Service-Ökosystem am Angebot beteiligt sind.

Mit dem Werte-Kompetenzen-Check betrachten Sie Ihre Nutzer als Co-Creator und können darüber nachdenken, wie Sie diese in die Design- und Entwicklungsphasen der Dienstleistung einbeziehen können, um Ihr Angebot zu verbessern.

### Voraussetzungen

Dauer: 45 - 60 min

Durchführung: Analog + Digital

Aufbauend auf der From-Service-To-Value Vorlage. Für eine fundiertere Vorbereitung ist es

jedoch empfehlenswert, die Customer Journey Methode vorab zu erstellen.

Benötigte Materialien: Werte-Kompetenzen-Check oder leeres Blatt, Stift und Papier

Schwierigkeitsgrad: hoch

### Weitere Empfehlungen

Denken Sie daran, dass ein besseres Serviceerlebnis sowie ein besseres Angebot durch Zusammenarbeit und nicht durch Selbstisolierung geschaffen wird.

Versuchen Sie immer an Partner zu denken, die Ihr Angebot vervollständigen und nicht schädigen.

Betrachten Sie Ihren Nutzer auch als Co-Creator und überlegen Sie, wie Sie ihn in den Design- und Entwicklungsprozess der Dienstleistung einbeziehen können, um Ihr Angebot zu verbessern. In diesem Zusammenhang stellen Sie sicher, dass Sie den Wert des Kunden, bzw. Value-in-Use durch Ihr Angebot erfüllen.

Lassen Sie sich von folgenden Inspirationskarten inspirieren: (1) Identifikation, (2) Integration und (3) Beziehung.

Wie wird der Wert realisiert und welche Erfahrung macht der Kunde?

# IDENTIFIKATION



**Lassen Sie sich  
finden.**

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

Wie wird der Wert realisiert und welche Erfahrung macht der Kunde?

# INTEGRATION

## Motivation.

Was motiviert Ihre Kund\*innen sich aktiv einzubringen?  
([Chefkoch.de](http://Chefkoch.de))

## Nutzen Sie.

Wie schaffen Sie Kund\*innen Raum, sich, wenn sie wollen, während des Service selbst einzubringen?  
(DIY)



Wie wird der Wert realisiert und welche Erfahrung macht der Kunde?

# BEZIEHUNG

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

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

