

Passt auch alles zusammen?

allein oder im Team
30-60 Minuten
Produktvision-Tafel

Sinn & Zweck:

Eine Produktvision sollte klar motivieren, welches Problem das Produkt löst und weshalb das für das eigene Unternehmen bedeutsam ist.

Eine **Produktvision-Tafel** führt die Teilaspekte der Vision übersichtlich zusammen. Dadurch lässt sich leicht erkennen ob auch alle Teile zueinander stimmig sind und die Vision gegebenenfalls weiter schärfen.

Zum Loslegen:

- Die Vorlage für die Produktvision-Tafel
- Ein Flipchartposter zum Übertragen der Vorlage
- Stifte



So geht's:

I

Schaut Euch die einzelnen Bereiche der Produktvision-Tafel an und übertrag die Vorlage auf eine Metaplanwand oder ein querliegendes Flipchart-Papier.

II

Begint damit die Vision zu umreißen. Nutzt dabei die Fragen in der Vorlage, um das entsprechende Feld zu füllen.

III

Erarbeitet jetzt die restlichen Felder. Begint links bei der Zielgruppe für Euer Produkt und arbeitet Euch von dort nach rechts vor. Versucht dabei Euch jeweils auf 2-3 wesentliche Punkte zu konzentrieren.

IV

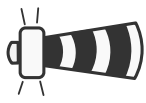
Prüft sorgfältig ob die Inhalte der benachbarten Felder jeweils zueinander stimmig sind. Hinter Unstimmigkeiten stecken oft unterschiedliche Vorstellungen von Stakeholdern über den Zweck des Vorhabens. Bringt diese zur Sprache, um sie aufzulösen.

V

Zielgruppe	Bedürfnisse	Produkt	Geschäftsziele
<small>Wem soll das Produkt dienen?</small>	<small>Welche Probleme der Zielgruppe lösen?</small>	<small>Was soll das Produkt leisten?</small>	<small>Welche Ziele hat das Unternehmen mit dem Produkt?</small>
<small>Wer sind die Stakeholder?</small>	<small>Welche Bedürfnisse haben sie?</small>	<small>Welche Funktionen hat das Produkt?</small>	<small>Wie soll das Produkt aussehen?</small>
<small>Was ist die Rolle des Produkts?</small>	<small>Welche Vorteile bringt es?</small>	<small>Wie wird das Produkt genutzt?</small>	<small>Wie soll das Marketing aussehen?</small>

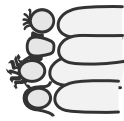
Zum Vertiefen:

Pichler, R. (2016) **Strategize: Product Strategy and Product Roadmap Practices for the Digital Age** self published (S. 37 ff)



Vision

- Was ist die Motivation für die Entwicklung des Produkts?
- Welche positiven Veränderungen soll es auslösen?



Zielgruppe

- Wer sind die Nutzer und Anwender des Produkts/der geplante Lösung?
- Wer sind die Auftraggeber.innen?



Bedürfnisse

- Welche Probleme der Zielgruppe soll das Produkt/das Ergebnis lösen?
- Welche Vorteile zum jetzigem Zustand bietet das Produkt



Produkt

- Um was für ein Produkt/welche Art Lösung handelt es sich?
- Wodurch unterscheidet es sich von anderen Lösungsmöglichkeiten?
- Ist es praktikabel diese Lösung herzustellen?



Geschäftsziele

- Welchen Nutzen wird das Produkt für das eigen Unternehmen stiften?
- Was sind die messbaren Ziele?