



2 Tage

Certified Customer Value Architect

Produkte und Services ‚vom Kunden aus‘ denken



Certified Customer Value Architect

BESCHREIBUNG

Worum es geht

Ein immer komplexeres und dynamischeres Spielfeld eröffnet Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Größen neue Chancen – und bringt auch neue Risiken mit sich: Die Chance, inspirierendem Kundennutzen von Grund auf neu zu denken, sauber zu konzipieren, in die Tat umzusetzen und mit alten und neuen Kunden neue Umsätze zu generieren.

Das Risiko, bei bisherigen Kunden den „Anschluss“ zu verlieren, weil sich neue Wettbewerber mit attraktiveren Geschäftsmodellen und mit deutlich größerem Nutzen für ihre Kunden auf das Spielfeld begeben. Veränderte Erwartungen der Privat- und Geschäftskunden und die Frage nach dem tatsächlichen Nutzen für Kunden und Lieferanten sorgen dafür, dass Sie sich vor neue Herausforderungen gestellt sehen.

Deshalb fokussieren wir uns in diesem Seminar weniger auf Produkte und deren technische Vorzüge, sondern darauf, wie Sie für Ihre Kunden echten Nutzen und wahrgenommenen Wert schaffen. Wir beschäftigen uns mit den Aufgaben der Kunden, also mit dem, was die Kunden „erledigt haben wollen“. Warum? Weil Lösungen – ob technisch oder organisatorisch, ob per App oder Dienstleistung, ob von Personen oder Drohnen geliefert, ob aus der Cloud oder vom Laptop – kommen und gehen. Die Aufgaben der Kunden bleiben gleich, und dafür wollen wir Antworten geben.

Was Sie erwartet

Sie sehen, warum es wichtig ist, in Kundennutzen zu denken, um mit Ihrem Angebot weiterhin Erfolg zu haben. Sie lernen, wie Sie erste Skizzen eines Geschäftsmodells als Grundlage nutzen, um relevante Kundensegmente zu identifizieren und daraus echten Nutzen – abseits von functions and features – für diese abzuleiten.

Sie machen sich anhand einer Menge praktischer Beispiele mit der Anwendung funktionierender Werkzeuge wie Business Model Canvas, Assumptions and Experiments Canvas und Customer Jobs Canvas vertraut und schaffen so den Transfer in Ihre Organisation.

Sie staunen, welche guten Ideen Ihre Kollegen und Mitarbeiter haben und wie schnell Sie eine gemeinsame Sprache finden, um diese Ideen zu teilen. Sie sehen, wie gute Vorschläge mit Struktur in großartige Angebote münden können. Sie profitieren von den Impulsen, indem Sie die erarbeiteten Inhalte nach dem Workshop für die Arbeit mit ihren Kunden anwenden können. Und, Sie werden dabei Spaß haben. Dr. Reinhard Ematinger begleitet Sie in gewohnt spielerischer und doch strukturierter Weise durch dieses Seminar, von dem Sie mit einem „yes, I can“ nach Hause gehen werden. Versprochen.



Certified Customer Value Architect

BESCHREIBUNG

Was Sie lernen werden

Sie lernen, Kundennutzen auf Grundlage eines erprobten Ansatzes, der weltweit von Unternehmen aller Größen und Sparten angewendet wird, zu entwerfen, zu diskutieren, zu testen und umzusetzen. Wir bauen auf der Arbeit mit dem Business Model Canvas auf und nutzen unter anderem den Customer Jobs Canvas und LEGO SERIOUS PLAY® als funktionierende Werkzeuge für dieses intensive zweitägige Seminar.

Sie lernen reale Beispiele inspirierenden Kundennutzens kennen und schaffen einen schnellen Transfer zu Ihren Ideen und Themen. Sie entwickeln Prototypen davon, was Wert für Kunden bedeutet, und lassen Ideen für Produkte und Dienstleistungen Realität werden. Sie lernen im Team konkreten Kundennutzen zu skizzieren und zu testen.

Der Prozess und die vorgestellten Werkzeuge sind eine solide Basis für einen sauberen Entwurf, die folgenden Iterationen und für erste Tests des Kundennutzens, verbunden mit Werkzeugen zur Validierung Ihrer Annahmen und einem gemeinsamen Verständnis für nächste zu unternehmende Schritte.

Wer teilnehmen sollte

Dieses Seminar wurde für Menschen entwickelt, die in unsicheren Umgebungsbedingungen handeln, entscheiden und anleiten: Führungskräfte und Experten aus Produktmanagement, Research and Development, Vertrieb und Key Account Management, Marketing, Verantwortliche unternehmensinterner Acceleratoren und Intrapreneurship-Initiativen sowie Gründer mit guten Ideen.



Certified Customer Value Architect

CURRICULUM

Überblick und Einblick – Vom Business Model zur Customer Journey

Am ersten Tag erhalten Sie einen Einblick in den Jobs-to-be-Done-Ansatz und in die ‚Schnittstelle‘ zur Arbeit mit Geschäftsmodellen, unserer Basis. Sie gehen erste Schritte im Denken in ‚Aufgaben‘ der Kunden und lernen relevante Methoden und Werkzeuge anhand realer Beispiele kennen und anwenden.

09:00 – 09:30 Willkommen, Kennenlernen und WarmUp

Vorstellungsrunde, Ihre Erwartungen, Agenda und Rahmen

9:30 – 12:30 Was braucht es? Die Bausteine

Der Ansatz von Customer-Jobs-to-be-Done und warum er Ihnen künftig nutzen wird

Der Ansatz von Customer-Jobs-to-be-Done und warum er Ihnen künftig nutzen wird
Bei Jobs-to-be-Done geht es nicht um die Begriffe ‚Innovation‘ oder ‚Kundenbedürfnis‘. Es geht um einen Fokus auf das, was Kunden ‚erledigt haben wollen‘. Wir fokussieren uns daher auf deren Aufgaben, unabhängig von functions and features.

Das Geschäftsmodell als Basis für die folgenden Schritte

Die Bausteine ‚Customer Segments‘ und ‚Value Propositions‘ sind die zentralen Elemente des Business Model Canvas. Wir identifizieren und beschreiben die wichtigsten Kunden und den Nutzen für sie als Startpunkt für die weiteren Schritte.

Intro in die Fallstudie

Die Fallstudie startet mit der Vorstellung des Unternehmens, seines Angebotes und der anvisierten Kundensegmente. Ziel ist es, mit einem lebendigen Beispiel den Transfer in Ihre Realität einfach zu machen. Das ist der Startpunkt für unsere weiteren Aktivitäten.

12:30 – 13:30 Mittagspause

13.30-16.30 Warum kaufen Kunden? Konzepte und Werkzeuge

Certified Customer Value Architect

CURRICULUM

Jobs-to-be-Done, Personas und Customer Journey

Welche Ansätze und Werkzeuge nützen? Anstatt ‚Design Thinking‘ und ‚Business Thinking‘ als unvereinbare Konkurrenten zu sehen, wäre es hilfreich, Brauchbares aus beiden Methoden zu nutzen. Wie machen dazu die nächsten Schritte in der Fallstudie.

Strukturierte Interviews mit dem Customer Jobs Card Deck

Um wirklich gute Antworten zu bekommen, die uns in Entwicklung, Vertrieb und Kommunikation tatsächlich weiterbringen, benötigen wir wirklich gute Fragen. Wir nutzen das „Customer Jobs Card Deck“, um brauchbare Antworten zu erhalten.

Sammeln und Verdichten der Ergebnisse

Viele lose Antworten helfen uns in Fallstudie und Realität nicht unbedingt viel. Mit einer einfach umsetzbaren Struktur können wir daraus echte Erkenntnisse ableiten. Wir nutzen neben dem ‚Customer Jobs Card Deck‘ die Idee und das Konzept von ‚Kill The Offering‘.

16.30-17.00 Reflektion des ersten Tages, ‚From Aha! to To-Do‘, Ausblick

17:00 Ende 1.Tag

Rundumblick und Ausblick – Von Customer value zu Jobs to be done

Am zweiten Tag steigen Sie mit Schwung in die Arbeit mit dem Customer Jobs Canvas ein. Sie nutzen die Resultate der Interviews vom ersten Tag und gehen damit die nächsten Schritte in unserer Fallstudie. Mit LEGO SERIOUS PLAY® bauen und diskutieren Sie zentrale Elemente der ‚Aufgaben‘ der Kunden.

09:00 – 09:30 Aufwärmen und Blick zurück

Anmerkungen zum ersten Tag, Agenda und Rahmen

09:30-12:30 Was gibt Halt? Mit Struktur denken und arbeiten



Certified Customer Value Architect

CURRICULUM

Intro anhand realer Beispiele

Einfache und schnell anwendbare Formate wie das Customer Jobs Canvas helfen, bisher eher lose Überlegungen zu strukturieren und damit besser bearbeitbar zu machen. Wir betrachten und diskutieren bekannte und unbekannte Produkt- und Servicebeispiele.

Die Elemente des Customer Value Canvas

Das Canvas erlaubt einen gründlichen Blick auf die Motivation Ihrer Kunden, deren zu erledigende Aufgaben, genauso wie auf die Kräfte, die sie zu einer neuen Lösung hin und von einer neuen Lösung weg bewegen. Wir sehen uns die einzelnen Bausteine genau an.

Innovation vom Kunden aus gedacht: Arbeit mit dem Customer Jobs Canvas

Aus den Antworten auf unsere Fragen von Tag 1 schaffen wir eine gemeinsame Sicht der vorher als wichtig identifizierten Kundensegmente. Wir tauchen in die intensive und realitätsnahe Beschäftigung mit dem Canvas anhand unserer Fallstudie ein.

12:30 – 13:30 Mittagspause

13:30 – 16:30 Was nützt? Vom Kunden aus ‚mit den Händen‘ denken



Certified Customer Value Architect

CURRICULUM

Denken mit den Händen – LEGO SERIOUS PLAY®

Gerade bei vagen Begriffen und vielen Möglichkeiten der Interpretation braucht es einen Ansatz, der Themen auf den Tisch bringt und eine gemeinsame Sicht ermöglicht. Wir nutzen dafür Prozess und Elemente aus LEGO SERIOUS PLAY®.

Zentrale Bausteine der Jobs to be Done in 3D umgesetzt

In unserer Fallstudie sorgt der dreidimensionale Blick auf die Kunden für ein besseres Verständnis für deren zu erledigende Aufgaben und beschleunigt die Planung der nächsten Schritte. Wir bauen und diskutieren die wichtigsten Bausteine des Canvas' mit LEGO SERIOUS PLAY®

Was es für eine Jobs-to-be-Done-fokussierte Organisation braucht

Ein klar kommunizierter Fokus auf die zu erledigenden Aufgaben der wichtigsten Kunden verändert, gut vorbereitet, Vision und Mission einer Organisation nachhaltig positiv und versammelt die Mitarbeiter dahinter. Wir diskutieren Ansätze dazu und liefern den Transfer in die Praxis

16.30-17.00 Reflektion des ersten und zweiten Tages, ‚From Aha! to To-Do‘

17:00 Ende 2.Tag



Certified Customer Value Architect

ZAHLEN & FAKTEN

On Campus Full-time

- Standard-Preis: € 1.190,00
- Frühbucher-Preis: € 1.090,00
- Dauer: 2 Tage
- Umfang: 35 h | 46 UE
- Level: Beginner | Intermediate
- Zeiten: Täglich 09:00-17:00
- Sprache: Deutsch
- Trainer: 1
- Max. Teilnehmer: 12

Live Online Full-time

- Standard-Preis: € 1.090,00
- Frühbucher-Preis: € 990,00
- Dauer: 2 Tage
- Umfang: 35 h | 46 UE
- Level: Beginner | Intermediate
- Zeiten: Täglich 09:00-17:00
- Sprache: Deutsch
- Trainer: 1
- Max. Teilnehmer: 12

RABATTE

- 5% bei Anmeldung von 2 Mitarbeitern
- 10% bei Anmeldung von 3 Mitarbeitern
- 15% bei Anmeldung von 4+ Mitarbeitern

ZERTIFIKAT

Bei erfolgreicher Teilnahme wird zum Abschluss des Seminars das Zertifikat „Customer Value Architect“ des XDi – Experience Design Instituts vergeben.

Certified Customer Value Architect

TRAINER



Dr. Reinhard Ematinger

Experte für New Business

Dr. Reinhard Ematinger setzt auf die sinnvolle Verbindung erprobter Werkzeuge aus Business Model Generation, Value Proposition Design, LEGO SERIOUS PLAY®, Service Design Thinking, Jobs-to-be-Done und Lean Startup, um seinen Kunden und Teilnehmern Impulse zu Gestaltung, Test und Umsetzung funktionierender Geschäftsmodelle und begeisternden Kundennutzens anzubieten. Nebenseinen internationalen Aufträgen als Referent und Berater stellen über 100 Semester Lehraufträge an 15 staatlichen und privaten Hochschulen in Deutschland und Österreich, mehrere Sachbücher und mehr als 20 Jahre Konzern Erfahrung in IT-Beratung, Business Development und Corporate Universities Relevanz und Anspruch seiner Vorträge und Workshops sicher.

IHRE BENEFITS

- Erstklassige Trainer mit ausgeprägtem Praxiswissen und langjähriger praktischer Erfahrung im internationalen Kontext
- Lerninhalte didaktisch aufbereitet und kreativ umgesetzt
- Theoretisch fundiertes Wissen praktisch anwenden
- Neueste Ergebnisse der Gehirn-Forschung nutzen
- Coaching- und Mentaltraining-Methoden integriert
- Umfangreiche Seminarunterlagen mit vielen weiteren Tipps, Tricks & Links
- Attraktive Räumlichkeiten mit besonderer Atmosphäre
- Persönlicher, ungezwungener Umgang
- Als Bildungsurlaub anerkannt

UNSER MEHRWERT

Das XDi setzt auf neue, interaktive Lehr- und Bildungsformate, die sich an den aktuellen Erkenntnissen der Hirnforschung orientieren. Unser Credo ist „Learning by Doing“ – die Teilnehmer unserer Seminare lernen die Anwendung relevanter Methoden und Techniken anhand praktischer Übungen in kleinen Teams.

Certified Customer Value Architect

ZERTIFIZIERUNGEN



GERMAN UPA

Berufsverband der Deutschen Usability
und User Experience Professionals

BEWERTUNGEN



Certified Customer Value Architect

REFERENZEN

Weitere Referenzen und Teilnehmerstimmen auf xd-i.com/referenzen

otto group



Handelsblatt



DAIMLER

BOSS
HUGO BOSS

Douglas

CHECK24

adidas
GROUP

Allianz

MITGLIEDSCHAFTEN

