

# Strategie – Innovation

Mit kreativen Methoden und einer inspirierenden Moderation helfen wir Ihnen, neue Impulse für Ihre Unternehmensstrategie zu gewinnen sowie dazu passende Maßnahmen zu planen und umzusetzen. Projectyzer begleitet Sie auf dieser Reise mit einem innovativen Strategieansatz – inspirierende Methoden und eine sehr belebende Moderationskultur inklusive. Wir starten mit einer Bestandsaufnahme, nehmen eine Einschätzung des Umfelds vor, analysieren Trends, bewerten Stärken und Schwächen. Dann folgt die kreative Phase – wir finden gemeinsam mit Ihnen neue Ideen, arbeiten sie aus, entwerfen die Planung und verproben die entwickelten Maßnahmen. Wir zeigen Ihnen, warum es so wichtig ist, in kurzen Zyklen zu denken und Dinge schnell umzusetzen. Neben den inspirierenden Methoden setzen wir gezielt auch Wissens- und Erfahrungselemente, sogenannte ‚Skillpills‘ ein. Diese führen Sie in neue Methoden und Tools ein bevor wir diese an Ihrem Beispiel, zu Ihrem Case, aktiv einsetzen.

# IMPULSE

# Umstrukturierungen und andere interne oder externe Einfluss- faktoren machen es nötig, dass Geschäfts- modelle überdacht und verbessert werden.

# INNOVATION

## Analyse – Bestandsaufnahme

Unternehmen und Abteilungen verlassen sich über lange Jahre hinweg auf bestehende Geschäftsmodelle. Umstrukturierungen und andere interne oder externe Einflussfaktoren – beispielsweise ein strategisches Alignment, neue Kostenstrukturen oder gänzlich geänderte Geschäftszwecke – machen es jedoch nötig, dass diese Geschäftsmodelle überdacht und verbessert werden, damit sie den neuen strategischen Anforderungen und Aufgaben gerecht werden können.

Im ersten Teil Ihrer Strategie Innovation schaffen ein gemeinsames Verständnis über Ihr aktuelles Geschäftsmodell, wir identifizieren aktuelle Stärken und Schwächen, suchen nach internen und externen Einflussfaktoren und Trends und versuchen uns in die Perspektive Ihrer Hauptkundensegmente zu versetzen. Nebenbei überprüfen wir wie ‚wertstiftend‘ bzw ‚einzigartig‘ Ihr aktuelles Geschäftsmodell wahrgenommen wird. Eine spannende Reise beginnt.

## Eingesetzte Methoden

### BUSINESS MODEL GENERATION

Damit beschreiben und verstehen Sie Ihr aktuelles Geschäftsmodell. Schauen Sie von außen darauf, aber auch hinter dessen Kulissen.

### ‚EINZIGARTIG‘ UND/ODER ‚WERTSTIFTEND‘ (UNIQUE/ VALUABLE)

- Verstehen Sie, wo Sie derzeit im Markt stehen.
- Machen Sie sich bewusst, in welchen Bereichen Sie einzigartig sind.

### SWOT

Der Klassiker, um Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken zu erkennen und verstehen zu lernen. Identifizieren Sie die Stärken, die Sie zu Ihrem Vorteil nutzen wollen, und die Schwächen, die Ihnen bei Ihrem Erfolg möglicherweise im Wege stehen.

## UMFELD-ANALYSE

Betrachten Sie den Markt und Ihr Unternehmen: Was sind interne und externe Trends, die Ihr Geschäftsmodell sowohl positiv als auch negativ beeinflussen können?

## EMPATHY MAP

Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Hauptzielgruppen und verstehen Sie, was diese treibt und bewegt, was sie sehen, was sie fühlen sowie hören und denken. Gewinnen Sie ebenso Erkenntnisse was Ihre Kunden derzeit behindert bzw was sie erreichen wollen?

## Innovation – Den Ideen freien Lauf lassen

Entscheidend ist es, die aktuelle Situation, die aktuelle Strategie und natürlich das aktuelle Geschäftsmodell zu verstehen. Zusammen mit dem Blick auf die Umwelt und die daraus resultierenden Trends, Stärken und Schwächen analysieren wir im Detail das Gesamtbild, um daraus die richtigen Impulse, Maßnahmen und innovativen Ideen zu generieren und einen ganz neuen Blick auf die Value Proposition zu richten. Eine klare Vision, deutlich formulierte Ziele und ein Geschäftsmodell, das diese unterstützt – darauf beruht eine gute Strategie.

Dann richten wir den Fokus auf die Identifizierung von neuen kreativen Impulsen und Ideen, die mögliche neue Wege zu Strategie und Geschäftsmodell ebnet. An dieser Stelle ist es wichtig, den Ideen Raum zu geben, um sich zu entfalten – ohne Zwänge und Leitplanken.

## Eingesetzte Methoden

### BLUE OCEAN

Entdecken Sie die Treiber für Veränderung, in dem Sie das identifizieren, was Sie in Zukunft häufiger oder sogar ganz neu machen wollen. Aber auch das, was Sie in der Zukunft weniger oder vielleicht überhaupt nicht mehr tun wollen, werden wir betrachten.



# VALIDIEREN

## **CREATIVE BRAINSTORMING**

Entwickeln Sie radikal neue Ideen. Denken Sie „Out of the Box“ und lassen Sie sich beleben, um Neues zu entdecken. Formulieren Sie Ihre Ideen und geben Sie Ihnen die Tiefe, die sie für andere verständlich macht.

## **MARSHMALLOW CHALLENGE**

Lernen und verstehen Sie, warum Prototyping und Verprobung von Ideen und Ansätzen so essentiell wichtig ist. Spüren Sie es am eigenen Leib.

## **VIDEO PROTOTYPING**

Sie drehen ein Video, das Ihre Idee in 90 Sekunden für jeden begreifbar macht. Glauben Sie nicht? Doch, das geht – und zwar in nur 60 Minuten. Und alle werden begeistert sein.

## **Iterate and Validate – Annahmen validieren und die Ideen im echten Leben verproben**

**ERFOLG IM MARKT BERUHT AUF „MACHEN“.** Sie müssen Ihre guten Ideen umsetzen. Wer zu lange plant und sich verzettelt, der läuft dem Markt hinterher. In vielen Organisationen werden Strategie und Geschäftsmodell im kleinen Kreis, im isolierten Raum umgesetzt. Aus unserer Sicht ist es wichtig, die Organisation in die Lage zu versetzen, die Ideen schnell am Markt auszuprobieren, die Erkenntnisse kontinuierlich einzuarbeiten – und die Idee kontinuierlich zu optimieren.

Im letzten Teil des Workshops geht es deshalb allein darum, die richtigen Ideen am Markt zu verproben und diese Verprobung schnell zu planen. Sie fokussieren sich auf die nächsten 6 bis 12 Wochen und identifizieren die Aktivitäten, die für die Umsetzung notwendig sind, und die Meilensteine, die Sie in diesem Zeitraum erreichen wollen. Außerdem validieren Sie die wesentlichen Annahmen, die im Ursprung zur Idee geführt haben und die Sie nun mit echten Kunden und Partnern verproben

wollen. Ebenso gilt es Indikatoren oder Messkriterien zu identifizieren, die Ihnen sagen, ob die Idee es wert ist, weiterverfolgt zu werden.

## **Eingesetzte Methoden**

### **RAPID PLANNING UND PROTOTYPING**

Langfristige Planung ist Geschichte. Rapid Planning fokussiert sich auf die kurzfristigen Meilensteine und notwendigen Aktivitäten, die Messkriterien, die eine Idee leben oder sterben lassen, und die Validierung der Annahmen, die zur Idee geführt haben. Dieser Prozess wiederholt sich drei- bis fünfmal im Zuge der gesamten Reise und das ca. alle 6 Wochen.

**STRATEGY ON A PAGE** – Ihre Strategie auf einer Seite  
Im Zuge des Gesamtprozesses unterstützen wir Sie, Ihre neue Strategie in eine für alle Parteien und Stakeholder anschauliche und verständliche Form zu bringen. Sie lernen, wie Sie Ihre adjustierte Vision, Mission und Ziele sowie die daraus resultierenden Projekte und Programme sicher umsetzen.

### **BUSINESS MODEL GENERATION**

Am Ende steht ein möglicherweise neues oder in Teilen adjustiertes Geschäftsmodell, das sich aus dem Gesamtprozess entwickelt hat.



# PROZESS

## Unser Vorgehen

Ob ein zweitägiger Impulsworkshop, in dem wir die drei Phasen (siehe oben) durchlaufen, oder ein Prozess, der sich über knapp ein Jahr erstreckt (und einen initialen Impulsworkshop von zwei bis drei Tagen beinhaltet sowie drei bis fünf eintägige Rapid-Planning-Workshops, ein Mid-Term- und einen Abschlussworkshop von jeweils anderthalb Tagen) – was wir machen, hängt ganz von Ihrem Willen zur Veränderung ab.

Unser Prozess zeichnet sich dadurch aus, dass er Lerninhalte zur jeweiligen Methodik mit Verprobungen anhand von ‚fremden‘ Beispielen verbindet und diese dann anhand Ihres speziellen Falls umsetzt.

## Die kurze Variante (Strategie Innovation)

- 1** 1/2 Tage Initialgespräch mit Ihnen als Kunden; Zieldefinition und Ausformulieren des Ansatzes
- 2** 2-3 Tage Impulsworkshop mit 10-30 Teilnehmern (je nach Zieldefinition) inklusive Vorbereitung, Nachbereitung und Dokumentation
- 3** 1/2 Tag Reflexion des Erreichten und Übergabe an das Führungsteam

## Die lange Variante (Strategie Innovation / Begleitung bei der Umsetzung)

- 1** Initialgespräch mit Ihnen als Kunden; Zieldefinition und Ausformulieren des Ansatzes (mit Auftraggeber)
- 2** Einen 2- bis 3-tägigen Impulsworkshop mit 10–30 Teilnehmern (je nach Zieldefinition) inklusive Vorbereitung, Nachbereitung und Dokumentation
- 3** Einen 1/2 Tag Reflexion des Erreichten (mit Auftraggeber)
- 4** 2–3 eintägige Rapid-Planning- und Validierungsworkshops (alle 6 Wochen), um Ideen zu adjustieren, weiter zu beleben oder sterben zu lassen, Annahmen zu validieren und die nächste Iteration zu planen (mit Kernteam)
- 5** Einen 1 1/2-tägigen Mid-Term-Workshop: Welche Idee hat funktioniert, welche nicht, welche muss neu oder anders belebt werden, welche muss sterben (mit gesamtem Teilnehmerkreis)
- 6** 2–3 eintägige Rapid-Planning- und Validierungsworkshops (alle 6 Wochen), um Ideen zu adjustieren, weiter zu beleben oder sterben zu lassen, Annahmen zu validieren und die nächste Iteration zu planen (mit Kernteam)
- 7** Einen 1 1/2-tägigen finalen Workshop – formulieren Sie Ihre neue Strategie und feiern Sie den Erfolg (mit dem gesamten Teilnehmerkreis)

Der Prozess kostet  
Zeit und Geld – die  
Erfahrung und die  
Veränderung sind  
jedoch unbezahlbar.



### Kontaktieren Sie uns

#### projectyzer GmbH

Stettiner Ring 29

61381 Friedrichsdorf

[www.projectyzer.com](http://www.projectyzer.com)

#### TORSTEN J. KOERTING

**Mobil:** +49 (0) 172 372 3759

**Mail:** [torsten.koerting@projectyzer.com](mailto:torsten.koerting@projectyzer.com)

#### BIRGIT KOERTING

**Mobil:** +49 (0) 176 841 423 19

**Mail:** [birgit.koerting@projectyzer.com](mailto:birgit.koerting@projectyzer.com)

consistent delivery  
without excuses