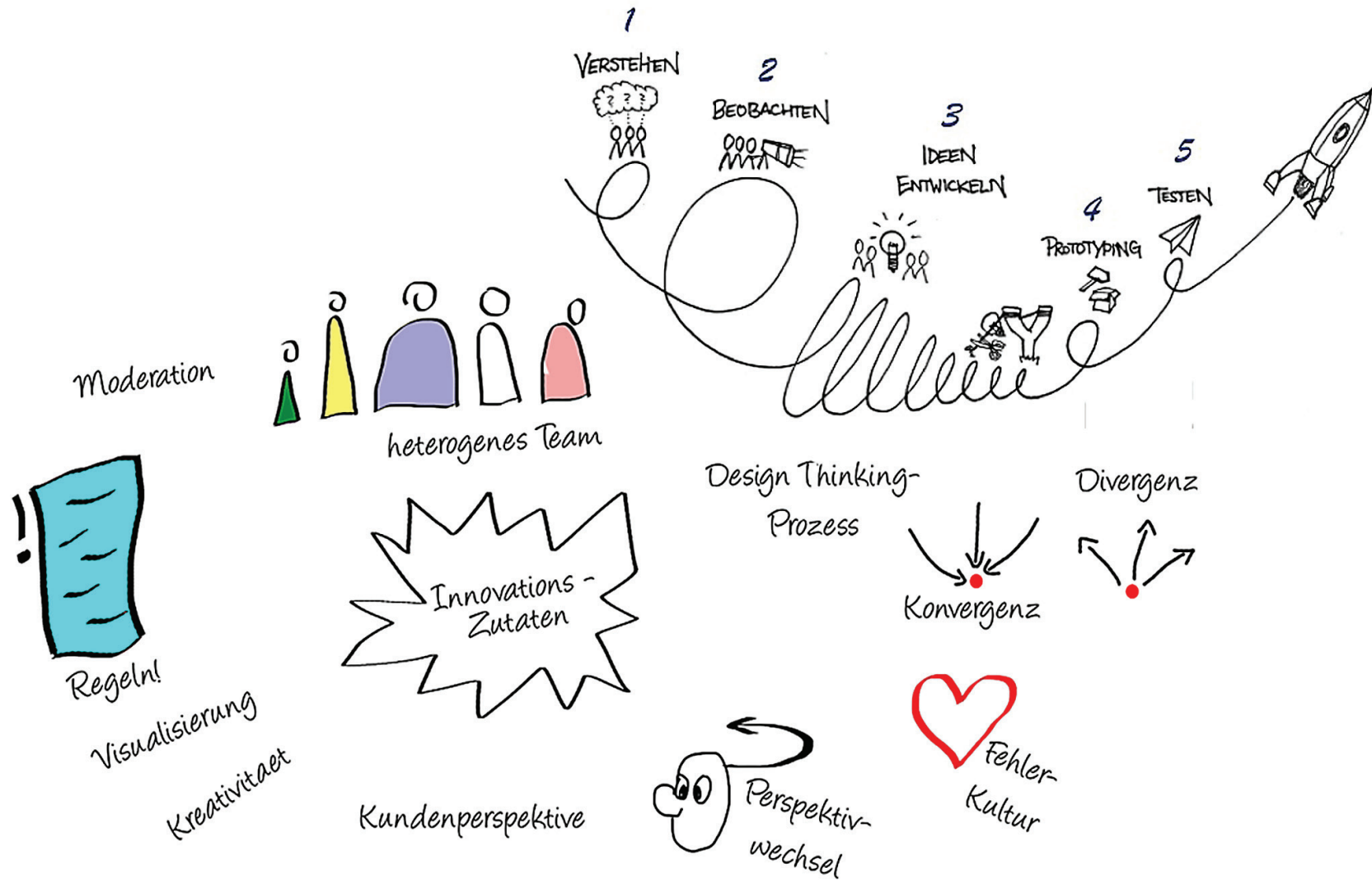
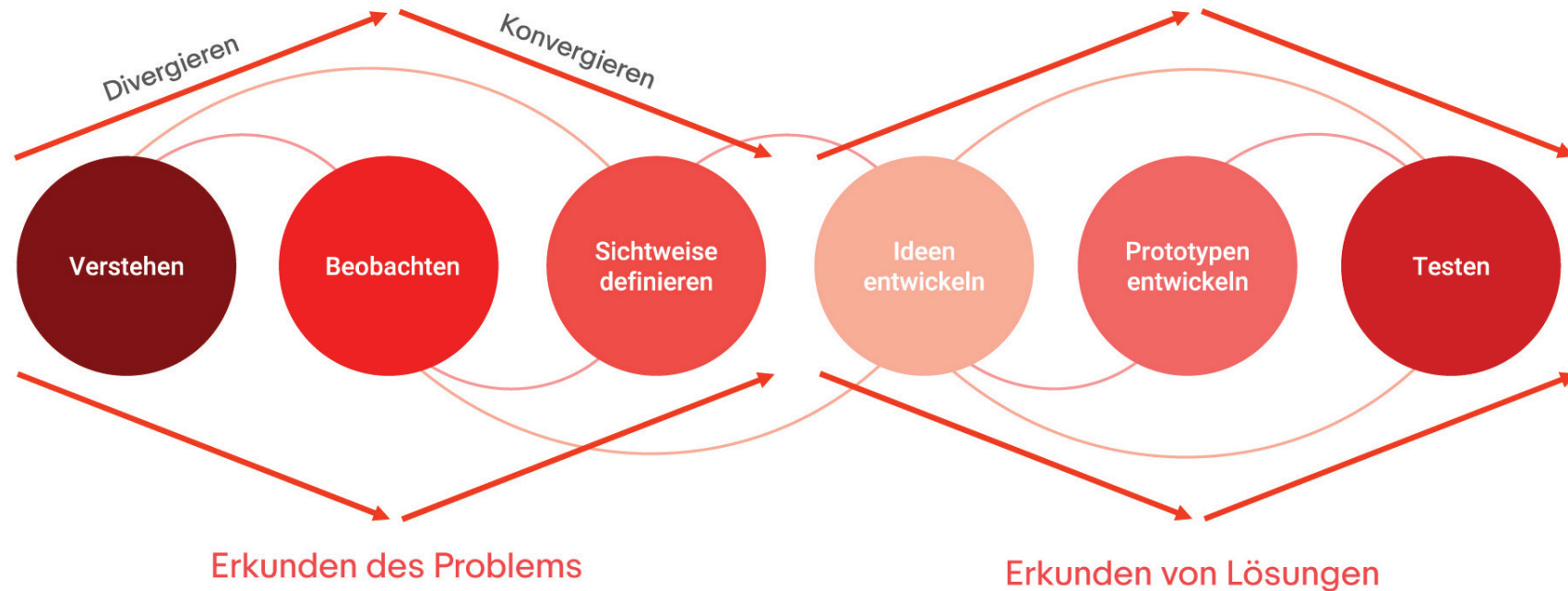


Arbeitsweise

systemisch mit Design Thinking Methoden



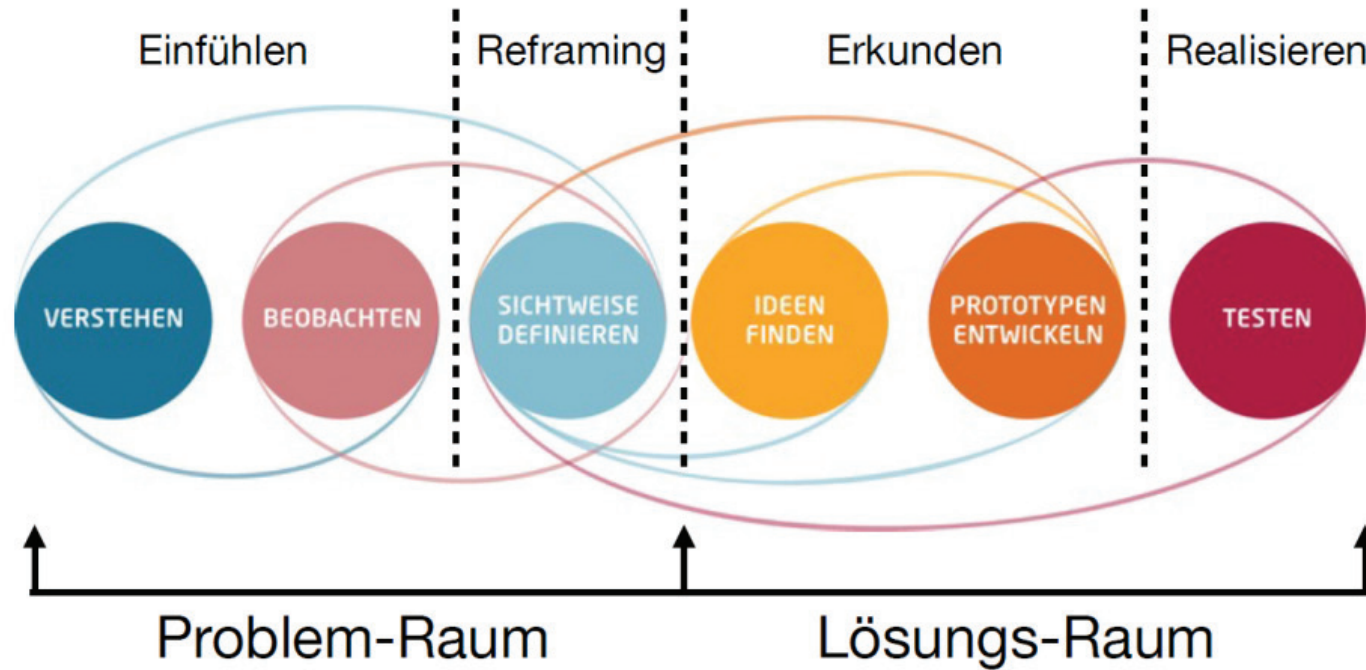
Phasen des Design Thinking Prozesses



„Kein Kunde kauft jemals ein Erzeugnis.
Er kauft immer das, was das Erzeugnis für ihn leistet.“

Peter F. Drucker

Iteratives Arbeiten – Der Prozess...



Echtes Problemverständnis kommt vor der Lösungsfindung!

Erfolgswfahrplan

Unseren Fahrplan für deinen Erfolg: Kleine Lerneinheiten im Arbeitsalltag unterzubringen schafft jeder. Direkte Übungsaufgaben im Arbeitsalltag vertiefen Gelerntes. Im kollektiven Austausch immer dran bleiben. Direkte Übungsaufgaben im Arbeitsalltag vertiefen Gelerntes. Im kollektiven Austausch immer dran bleiben.

DAS FUNDAMENT

- **Die Talentsuche / Deine Vision definieren**
 - Dein Warum kennen
 - Stärken und Schwächen, Kompetenzen kennen
- **Bedarfsermittlung**
 - Den wirklichen Bedarf Deiner Kunden ermitteln
 - Welcher Problemlöser bin ich für meine Kunden?
 - Wie bringe ich einen Mehrwert in das Leben meiner Kunden?
 - Nicht in das Produkt verlieben, sondern in den Kunden?
- **Geschäftsmodell entwickeln**
 - Egal ob Du neu gründest oder dein Unternehmen mit einer Idee erweitern möchtest?
 - Geschäftsmodell und Alleinstellungsmerkmal
 - Feedback von potentiellen Kunden einholen
- **Zielgruppe**
 - Mit wem möchtest du wirklich in Zukunft arbeiten?
 - Ich brauche mehr Kunden? Soll ich dann meine Zielgruppe größer machen?
 - Zielgruppe – Nische? Die bessere Strategie?

DER START

- **Marke entwickeln**
 - Egal ob Kunde, Zulieferer oder künftiger Mitarbeiter. Die Menschen googeln Dich! Baue eine gute Marke auf!
 - Fülle Deinen Außenauftritt mit Informationen, die Dir helfen, Deine Ziele zu erreichen
 - Content erstellen
- **Entwickeln Deiner Marketingstrategie**
 - Baue deine Kommunikationsstrategie auf
 - Logo, Geschäftsausstattung, Webseite, Social Media, Messen
 - Redaktionsplan für Deine Werbung entwickeln
- **Deine Kundenkommunikation**
 - Welche Kundenbeziehungen möchtest du? Welche nicht?
 - Wie spreche ich mit dem Kunden?
 - Wo finde ich meine Kunden und wie spreche ich sie auf dem jeweiligen Kanal an

WACHSTUM

- **Vertrieb und Akquise**
 - Welche Vertriebsweg ist für mich der richtige?
 - Wenn ich meinem Kunden einen Mehrwert bitte, immer Call to action.
 - Deine möglichen Kunden müssen bereits 7 x mit Dir in Kontakt gekommen sein, bevor sie kaufen
- **Netzwerken**
 - Warum? Für wen? Wie?
 - Wie sieht mein ideales Netzwerk aus? Mit wem würde ich dann meine Zeit verbringen?
 - Wie kann mein Netzwerk mich unterstützen? Und wie ich mein Netzwerk?
 - Kooperationen eingehen.

ERFOLGREICH BLEIBEN

- **Ziele und Controller**
 - Ich glaube nicht an Kaltakquise. Ich glaube nicht daran, die Menschen mit Flyern und Newsletter zu bombardieren. Nicht im Zeitalter sozialer Medien.
 - Meine Einsichten über das Business & das Leben mit der Welt teilen. Content und Mehrwert für Deine Kunden erstellen.
 - Immer wieder von vorne beginnen. Passt das Fundament noch? Wie starte ich bei Veränderungen?

„Sei Du die Veränderung, die du dir für diese Welt wünschst.“

Mahatma Gandhi