

Workshop

SERVICE CO-CREATION

Entwickeln Sie innovative und kundenzentrierte Services



2 Tage



Format: Präsenz oder Online



Produkt Code: SCC

✓ CEO & Directors

✓ Business Manager

✓ Technologists & Digital Experts

✓ OD Experts

BESCHREIBUNG

In der heutigen Experience Economy reichen gute Produkte und Dienstleistungen allein nicht mehr aus. Stattdessen müssen Unternehmen lernen, personalisierte und benutzerfreundliche Erlebnisse rund um ihre Angebote zu schaffen. Service Co-Creation ist ein strukturierter Prozess, in dem Sie neue digitalisierte Services konsequent aus der Perspektive von Kunden und Nutzern entwickeln und diese aktiv in den Prozess zu integrieren.

Um maßgeschneiderte Kundenerlebnisse zu bieten, müssen Unternehmen ihre Kunden und Nutzer aktiv in den Prozess der Serviceentwicklung einbinden. Dieses Service Design Thinking überwindet Silo-Denken und ändert radikal die Perspektive. Service Co-Creation schafft Transparenz darüber, wie Dienstleistungen angepasst oder neu entwickelt werden müssen, um die Wünsche verschiedener Personas zu erfüllen.

Unser Service Co-Creation Workshop verändert das Bewusstsein über Wertschöpfung. Sie erforschen verschiedene globale Trends und die möglichen Auswirkungen auf Ihre Kunden und Ihr Unternehmen. Sie spielen mit Hypothesen und führen Experimente mit agilen und kreativen Methoden durch. Führungskräfte und ihre Teams erfahren, wie sie nicht nur neue

Dienstleistungen, sondern großartige Kundenerlebnisse schaffen können. Wir gehen über die Steigerung von Gewinn die Erfüllung von Kundenbedürfnisse hinaus. Sie werden den Service Design Process und die Service Design Tools auch anwenden, um gleichzeitig einen Mehrwert für die Gesellschaft und das Wohlergehen unseres Planeten stiften.

Sie erforschen die Einflussfaktoren von globalen Trends auf Ihre Kunden und Ihr Unternehmen und leiten daraus Hypothesen ab. Dann werden Sie ko-kreativ Experimente entwickeln und neue Services designen, die eine herausragende Customer Experience und neue Wertschöpfung versprechen.

Sie werden Silos innerhalb Ihres Unternehmens aufbrechen und eine interdisziplinäre Zusammenarbeit fördern, um neues kreatives Potential für das Service Design Thinking freizusetzen. Außerdem lernen Sie agile Methoden und kreative Workshop-Strukturen kennen, um funktionsübergreifendes Service Co Creation zu ermöglichen.

ÜBERSICHT

Vor dem Workshop lassen wir Ihnen einen von unseren Service Experten entwickelten Fragebogen zukommen, mit dem Sie einen ausgewählten Kunden oder Partner gezielt zu Ihren Dienstleistungen und deren Bedürfnissen befragen können. Auf Grundlage der Ergebnisse passen wir anschliessend in einer ersten gemeinsamen Connect Session die Inhalte der Service Co-Creation Journey spezifisch an Ihre Situation an, um maximalen Mehrwert für Sie zu gewährleisten.

Die darauf folgende Learning Journey ist in 3 Sprints aufgebaut, die in 4-6 Zyklen von 2-3 Stunden in virtueller Zusammenarbeit oder live in 2 vollen Tagen durchgeführt werden können.

Sprint 1 - Co-Create

Im ersten Sprint geht es darum, ein gemeinsames Verständnis der aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse Ihrer Kunden zu entwickeln und mindestens eine neue Serviceidee zu entwerfen. Dazu werden wir Ihnen Strategien an die Hand geben, wie Sie Silos innerhalb Ihrer Organisation aufbrechen können, um verschiedene Mitarbeiter mit diversen Denkweisen zusammenzubringen und dadurch innovative Erlebnisse rund um bestehende und neue Angebote zu designen, die gezielt auf die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Zielgruppe abgestimmt ist.

Sprint 2 - Co-Build

In der zweiten Phase werden die im ersten Sprint identifizierte(n) Serviceidee(n) in einem co-kreativen Prototyping-Prozess weiter entwickelt und mit einem ausgewählten Kunden oder Partner konkret getestet. Dieser praxis-orientierte und partizipative Ansatz reduziert das Entwicklungsrisiko Ihrer Service-Innovation, da der Wert Ihrer neuen Dienstleistung durch einen integrierten Feedback-Prozess direkt vom Partner / Kunden validiert wird.

Sprint 3 - Co-Scale

Der letzte Sprint widmet sich der Entwicklung einer Growth-Roadmap, die eine skalierbare Vertriebsarchitektur für Ihre neue(n) Servicelösung(en) bietet. Basierend auf den Strategien und Tools der besten Service Provider weltweit helfen wir Ihnen einen strukturierten Wachstumsplan für Ihre neue Serviceidee zu entwerfen und diesen effektiv in ihr Bestendes Businessmodell zu integrieren.

METHODEN & PHILOSOPHIE

Der Service Co Creation Workshop basiert auf 3 integrierten Elementen: Moderation durch einen Facilitator, selbstorganisiertes Arbeiten in Gruppen sowie On-the-job Learning.

Unsere erfahrenen Coaches und Facilitator werden in jedem der drei Sprints live ihr Wissen und ihre Erfahrungen zum Service Design Thinking teilen. Dieses Know-how wird dann in selbstorganisierten und selbstgesteuerten Gruppen weiter entwickelt und vertieft.

Da praktische Anwendung essentiell für die Fortsetzung ist, stellen wir Ihnen alle Templates, Frameworks, Werkzeuge und Übungen zur Verfügung. Damit können die Teilnehmer gemeinsam oder einzeln (mit ihren Teams) weitere Service Co-Creations durchführen und das erlangte Wissen weitergeben.

INHALTE & ABLAUF

Connect Session

Vor dem Workshop lassen wir Ihnen einen von unseren Service Experten entwickelten Fragebogen zukommen, mit dem Sie einen ausgewählten Kunden oder Partner gezielt zu Ihren Dienstleistungen und deren Bedürfnissen befragen können.

Auf Grundlage der Ergebnisse passen wir anschliessend in einer ersten gemeinsamen Connect Session die Inhalte der Service Co-Creation Journey spezifisch an Ihre Situation an, um maximalen Mehrwert für Sie zu gewährleisten. Die darauf folgende Learning Journey ist in 3 Sprints aufgebaut, die in 4-6 Zyklen von jeweils 2-3 Stunden in virtueller Zusammenarbeit oder live in 2 vollen Tagen durchgeführt werden können. Folgende Fragen sind die Basis für die Entwicklung dieses auf Sie zugeschnittenen Prozesses:

- Welchen Wert wollen Sie für Ihre Kunden schaffen?
- Welche Herausforderungen, Wünsche und Bedürfnisse haben Ihre Kunden?
- Welche gemeinsamen Ziele, Verpflichtungen, Ressourcen und Risiken hat Ihr Team, wenn es um Service Co-Creation im Allgemeinen geht?
- Welche spezifischen Rollen, Strukturen, Prozesse, Tools und Praktiken werden es Ihrem Team ermöglichen, effektiv und effizient neue Servicelösungen mitzugestalten?
- Wie können Sie Ihre Geschäftsarchitektur überarbeiten, um mehr Flexibilität im Service Co-Creation Prozess zu ermöglichen?
- Welche Personen haben essentielle Funktionen oder starken Einfluss auf den Service Design Prozess?
- Warum müssen Sie in den Aufbau digitaler Fähigkeiten investieren, und welche technologischen Investitionen sollten Sie vorrangig tätigen?
- Anhand welcher Best Practices führender Service Provider können Sie sich bei der Entwicklung Ihrer neuen Dienstleistung orientieren?

Sprint 1: Co-Create

Im ersten Sprint geht es darum, ein gemeinsames Verständnis der aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse Ihrer Kunden zu entwickeln und mindestens eine neue Serviceidee zu entwerfen. Dazu werden wir Ihnen Strategien an die Hand geben, wie Sie Silos innerhalb Ihrer Organisation aufbrechen können, um verschiedene Mitarbeiter mit diversen Denkweisen zusammenzubringen und dadurch innovative Erlebnisse rund um bestehende und neue Angebote zu designen, die gezielt auf die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer Zielgruppe abgestimmt ist.

Ziel dieses Sprints ist es, anhand der folgenden Leitfragen ein klares Leitbild für Ihre neue Serviceidee zu entwerfen:

- Welche digitalen Mega- und Konsumtrends sind für Ihr Unternehmen am wichtigsten?
- Wie könnten sich diese Trends in den nächsten 6-12 Monaten auf Sie als Führungskraft sowie auf Ihr Team / Ihre Abteilung / Ihre Branche / die Wirtschaft als Ganzes auswirken?
- Wie könnten sich diese Trends in den nächsten 6-12 Monaten auf die Bedürfnisse / Denkweisen / Verhaltensweisen / Konsummuster Ihrer Kunden auswirken?

- Was müssen Sie an den Dienstleistungen, die Sie heute anbieten, entfernen/ändern/hinzufügen, damit sie auch in 6-12 Monaten noch relevant sind?
- Was könnten mögliche interne und externe Hindernisse sein, die Sie von einer erfolgreichen Anpassung Ihrer derzeitigen Servicelösungen abhalten?
- Was können Sie von führenden Serviceanbietern lernen, wenn es darum geht, Dienstleistungen in Erlebnisse zu verwandeln?
- Auf welche Kunden fokussieren Ihre aktuellen Angebote? Bei welchen Tätigkeiten und Aufgaben helfen Sie Ihren Kunden durch Ihre Services? Mit welchen Problemen sind Ihre Kunden heute und in Zukunft konfrontiert, und was könnte für sie in von Nutzen sein?
- Aus welchen Gründen konsumieren Kunden aktuell Ihre Produkte und Dienstleistungen, anstatt der Angebote anderer Wettbewerber? Welche Werte und Überzeugungen prägen die Kaufentscheidung?
- Welche Produkte / Dienstleistungen bieten Sie derzeit an? Welchen Wert schaffen Sie mit ihnen? Welche Probleme lösen Sie? Und wie könnte sich dies aufgrund der sich ändernden Bedürfnisse Ihrer Kunden ändern?
- Welche Art von Produkten / Dienstleistungen werden Ihre Kunden in Zukunft benötigen - und wie werden sie diese konsumieren / erleben wollen?
- Wie können Sie Ihre neue Service Idee in einem kurzen Service Statement zusammenfassen, das Ihre Kunden rational und emotional anspricht?

Challenge:

Definieren Sie eine klare und prägnante Leistungsbeschreibung ihrer neuen Dienstleistungsidee und führen Sie eine Analyse ihres aktuellen und zukünftigen Marktpotenzials durch.

Sprint 2: Co-Build

In der zweiten Phase werden die im ersten Sprint identifizierten Serviceideen in einem co-kreativen Prototyping weiter entwickelt und mit ausgewählten Kunden oder Nutzern konkret getestet. Dieser praxisorientierte Design Thinking Ansatz reduziert das Risiko und erhöht die Geschwindigkeit, da der tatsächliche Wert der neuen Dienstleistung durch einen integrierten Feedback-Prozess sofort von Kunden und Nutzern überprüft wird.

In diesem Sprint werden wir die Serviceinnovation anhand folgender Leitfragen auszuarbeiten und einen Plan für das Testing entwickeln:

- Wie lautet der Elevator Pitch für den neuen Service?
- Welche Intention (Ihr Nordstern) wird Ihren Serviceprozess leiten?
- Welche Kennzahlen sind geeignet, um Erfolg und Zielerreichung zu messen?
- Welches und wie viel Potenzial birgt der neue Service - wann und für wen?
- Welche Schlüsselpartner, -aktivitäten und -ressourcen benötigen Sie, um den neuen Service in Ihr bestehendes Geschäftsmodell zu integrieren?

INHALTE & ABLAUF

- Welchen Einfluss haben Ihre Marktkanäle im entsprechenden Kundensegment auf den Erfolg des Service?
- Wie wirkt sich der neue Service auf Kostenstruktur und Umsatzströme aus?
- Welche Annahmen haben Sie bezüglich des neuen Services getroffen? Wie können Sie Ihre Hypothesen überprüfen?

Challenge:

Testen Sie Ihre Hypothesen mit ausgewählten Kunden und Nutzern, um den tatsächlichen Wertbeitrag eines Service herauszufinden. Analysieren Sie den möglichen Aufwand für die Erstellung des Service, und die Kosten im Verhältnis zum Nutzen abzuleiten.

Sprint 3: Co-Scale

Abschließend nutzen wir die Erkenntnisse aus dem Test-Run Ihrer neuen Serviceidee, um ein MVP Minimum Viable Product zu entwickeln. Das können Sie als Pilotprojekt in Ihrem Unternehmen einführen. Zudem werden wir einen Skalierungs-Plan definieren, damit ihr neuer Service nachhaltig wachsen kann.

- Welche etablierten, wachsenden oder noch nicht existierenden Märkte können Sie mit Ihrem Service erschließen?

- Welche etablierten, wachsenden und noch nicht existierenden Technologien können Ihren Service verbessern?
- Wie passt Ihre neue Dienstleistungsidee in Ihr bestehendes Geschäftsmodell? Was müssen Sie in Ihrem aktuellen Geschäftsmodell verändern (Remove, Change, Add), damit der Service skalieren kann?
- Welche neuen Kompetenzen, Aktivitäten und Ressourcen müssen Sie Ihrem Geschäftsmodell hinzufügen, damit die neue Dienstleistung nachhaltigen Erfolg bringt?
- Inwiefern könnten existierende Werte und Überzeugungen (Kultur) Ihrer Organisation Widerstand erzeugen gegenüber dem neuen Service? Was können Sie tun, um diesen kulturellen Widerstand zu überwinden?
- Welche Indikatoren bestimmen den Erfolg Ihrer neuen Dienstleistung?
- Wie können Sie die soziale und/oder ökologische Verantwortung Ihres Unternehmens durch Ihre neue Servicelösung fördern?

Challenge:

Legen Sie im Team mithilfe unseres "Taking Action Templates" fest, wer was innerhalb der nächsten 72 Stunden tun wird, um das Pilotprojekt für den neuen Service zu starten.



"Danke an das Team von triangility...it was dynamite!"

Helmut Hoedl - Technology & Product Innovation Director, NTS Austria

ÜBER UNS

triangility ist eine interdisziplinäre Community aus Lerndesignern und Führungsexperten, die gemeinsam ein Ziel zu verfolgt: Positiven Wandel in Individuen und Unternehmen durch die Integration von New Leadership Prinzipien und Kompetenzen zu stärken.

Wir glauben, die Welt mehr braucht als nur gutes Management. Sie braucht Menschlichkeit, Innovation und Verantwortung jenseits von Profit. Diversität und befreite Arbeitsumgebungen. Mehr Dialog als Diskussion. Digitalkompetenz, Agilität und Systemdenken. Kulturbewusstsein und radikale Offenheit. Sie braucht die Kreativität aller.

KONTAKT



www.linkedin.com/company/triangility



welcome@triangility.com