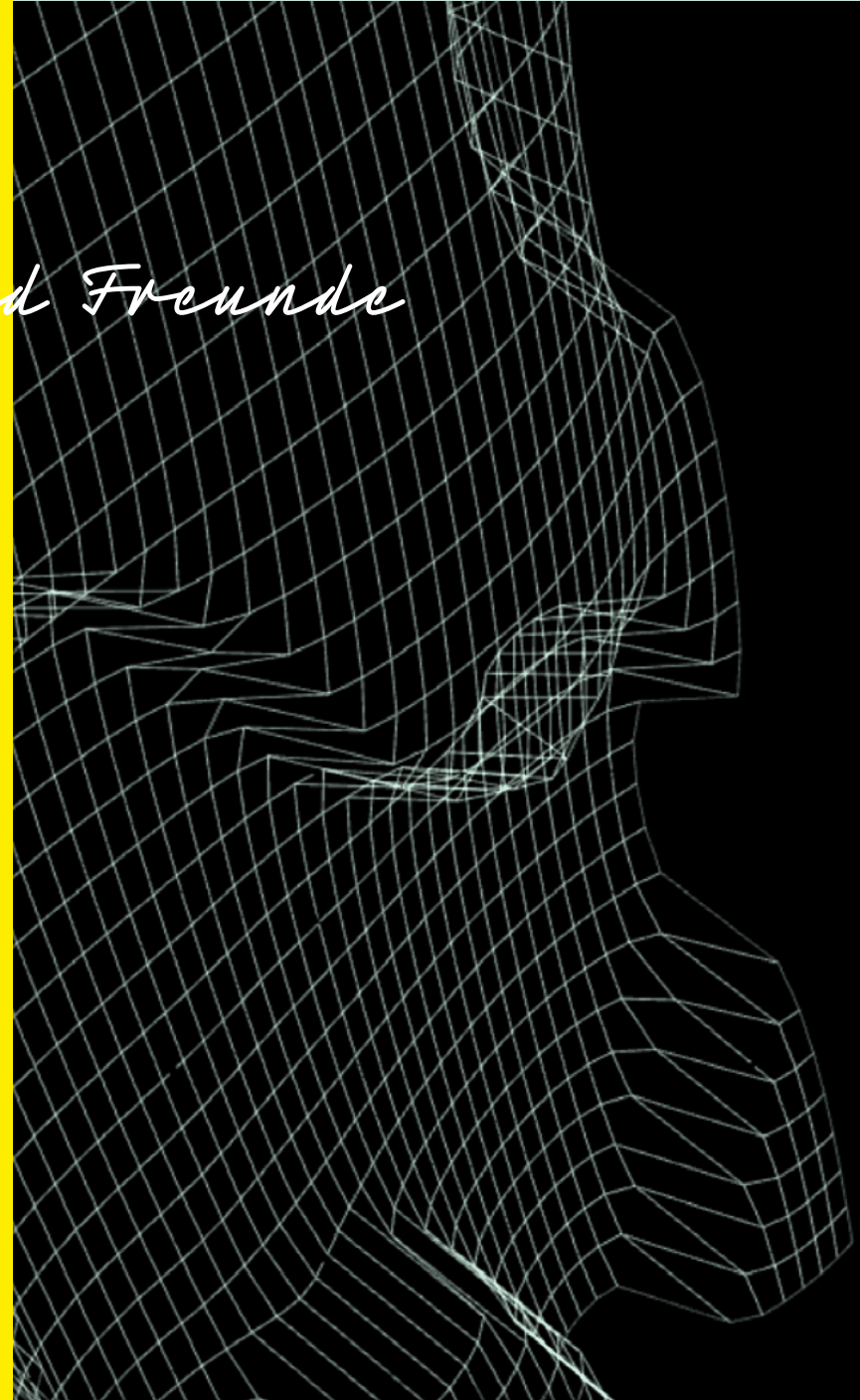


DREES + RIGGERS *und Freunde*

*Neue Perspektiven
für neues Handeln
Workshops für Innovation,
Branding und Design*



Einladung zum Perspektivwechsel



Eicke Riggers, Partner
Strategie und Digitales,
Drees + Riggers

Veränderungen sind oft irritierend, manchmal verunsichernd. Mal entfalten sie sich langsam, mal rasend schnell. Ob branchenweit, im eigenen Arbeitsumfeld oder ganz persönlich: wir alle müssen ständig mit Veränderungen umgehen. **Es braucht den Perspektivwechsel, um neue Spielregeln nicht passiv abzuwarten, sondern aktiv zu gestalten.** Die folgenden Workshops versetzen Sie in die Lage, **durch neue Perspektiven Transformationsprozesse früh zu erkennen und ihr Potential für die eigene Entwicklung zu nutzen.** So fördern wir Persönlichkeiten, Unternehmen und Unternehmerpersönlichkeiten gleichermaßen.

Unsere Workshops finden mit begrenzter Teilnehmerzahl, in ausreichender Zeit und in angenehmen Räumlichkeiten statt. **Damit schaffen wir eine Lernumgebung, in der Raum für Hands-On-Arbeit, professionellen Austausch und kritische Reflexion ist.**

Alle Workshops sind einzeln buchbar. Die Module 1.0 und 2.0 kombinieren die Themen der »kleineren« Einzelmodule. Sie schaffen eine breitere Perspektive, indem sie die Zusammenhänge der unterschiedlichen Methoden verdeutlichen und ein intensiveres Lernen ermöglichen. **Sie können Workshops für ganze Teams oder als Einzelperson buchen.** Anschließend teilen wir Ihnen den nächstmöglichen Termin mit.

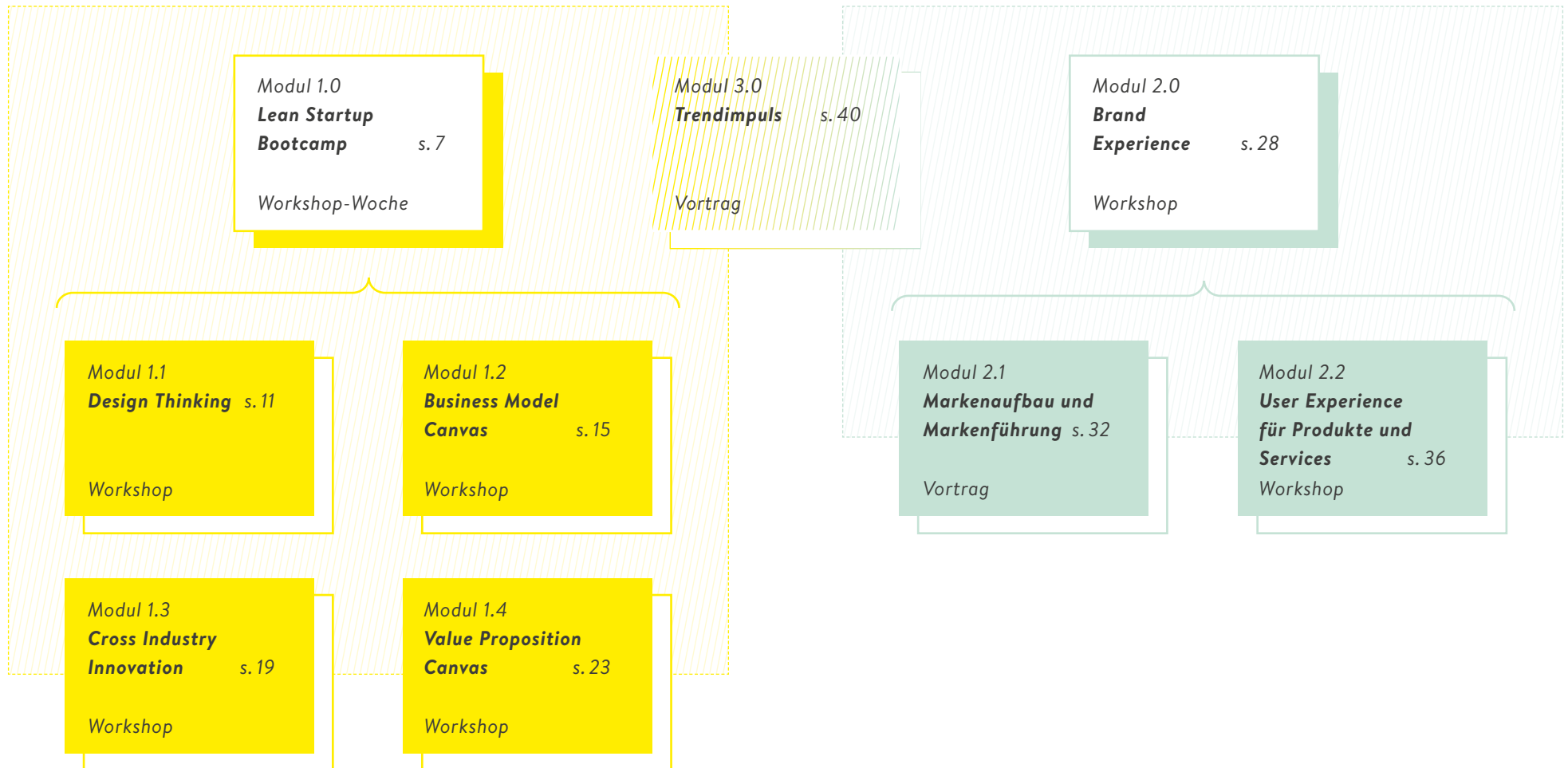
Für Ihren Lernerfolg geben unsere Partner und wir unser Bestes: unser Wissen. **In Form praxisgeprüfter, ständig weiterentwickelter Kenntnisse und Methoden für Macher und Manager. Lassen Sie uns gemeinsam neue Perspektiven finden.**

PS: 🚀 *Start Ups, NGOs und Sozialorganisationen bieten wir vergünstigte Tarife. Und sollten Sie nicht das passende Angebot finden, sprechen Sie uns einfach an.*

Modulübersicht Workshops & Vorträge

BUSINESS INNOVATION, S. 6

BUSINESS DESIGN, S. 27



Unsere Partner



Fach-Partner Innovation und Lean Startup
CREAGO Solutions

Die *CREAGO Solutions UG* unterstützt Start-Ups und Unternehmen des Mittelstands in den Bereichen Strategie- und Geschäftsmodell-Entwicklung sowie Innovations- und Technologie-Management. Darüber hinaus bietet sie ihren Kunden bei der Vorbereitung und Realisierung von Entrepreneurship-Initiativen sowie Open Innovation Lösungen und der Gestaltung von Innovations-Ökosystemen für das eigene Unternehmen ihre auf umfangreicher Erfahrung beruhende Mithilfe an.



Fach-Partner User Experience
PPW Digitalagentur

Die *PPW Digitalagentur* mit Sitz in Köln und Münster realisiert digitale Lösungen für die Online-Kommunikation mit Web und App, etabliert digitale Arbeitsumgebungen und entwickelt digitale Plattformen und Produkte. Die User Experience-Experten im *PPW Studio Münster* unterstützen Unternehmen und Startups im nutzerzentrierten Designprozess – z.B. mit User Research, User Experience und Interface-Design sowie Usability Tests.

Drees + Riggers

Strategisches Design und Markenentwicklung

Wir unterstützen Mittelstand, Startups und NGOs bei Aufbau, Entwicklung und Kommunikation einer starken Marke. Durch die Verzahnung von Strategie und Design schaffen wir konsistente, nutzerzentrierte *Brand Experience*-Lösungen. Vom Jahresbericht über digitale Services bis hin zum Packaging. Für unsere Kunden bedeutet das nachhaltige Vorteile – online sowie offline. Denn exzellentes, durchdachtes Design schafft Vertrauen in Botschaften, Ideen und Unternehmen.

1. Business Innovation

Modul 1.0, Workshopwoche

Lean Startup Bootcamp

*»The only way to win is to learn
faster than anyone else!«*

– Eric Ries

Lean Startup Bootcamp

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS

Was?

Das Prinzip hinter der *Lean Startup*-Methode ist denkbar einfach und zugleich äußerst effizient. Mit *Lean Startup* wird eine Geschäftsidee, ein Produkt oder eine Dienstleistung zielgerichtet und effizient gestaltet und schnellstmöglich auf den Markt gebracht. Ziel ist es, aus dem Feedback der Kunden schon während der Entwicklungsphase Rückschlüsse für die weitere Entwicklung bzw. Umgestaltung des Produktes oder der Dienstleistung ziehen zu können, um so Kosten und Zeit zu sparen. Dies geschieht durch gezieltes, iteratives Testen zentraler Hypothesen und wichtiger Faktoren der angebotenen Lösung. Dieser Vorgang wird ständig wiederholt, sodass sich ein Bauen-Messen-Lernen-Kreislauf etabliert, der das Produkt nah an den Kundenbedürfnissen entwickelt. Die *Lean Startup*-Methodik bildet eine der erfolgreichsten agilen Management-Methoden der letzten Jahre. Sie bietet sich auch optimal für unternehmensinterne Entrepreneurship-Initiativen sowie zur Einführung agiler Vorgehensweisen und zur Weiterentwicklung eines „leanen“ Mindsets an.

Für wen?

Der Workshop richtet sich primär an Start-Up-GründerInnen und -Angestellte, aber auch an MitarbeiterInnen etablierter Unternehmen im Rahmen unternehmensinterner Entrepreneurship-Initiativen. MitarbeiterInnen in strategisch wichtigen Positionen, unter anderem mittlere Führungskräfte, ProduktmanagerInnen und EntwicklerInnen, profitieren ebenfalls von diesem Workshop.

Optimale Gruppengröße: bis zu 18 Personen.



Lean Startup Bootcamp

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS


Das Ergebnis

Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen in einem einwöchigen, intensiven Bootcamp die Methodik des *Lean Startup*-Ansatzes: *Business Model Canvas*, *Value Proposition Canvas*, *Minimal Viable Product* und *Customer Journey* sind ihre wichtigsten Elemente. Impuls-Vorträge des Veranstalters zur *Lean Startup*-Methodik und den entscheidenden Bausteinen und Prozessen sowie Teamwork zur Anwendung des Erlernten an konkreten Produktideen bilden die wesentlichen Inhalte dieses Workshops. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden in die Lage versetzt, die erlernten Methoden und Vorgehensweisen des *Lean Startup* im eigenen Unternehmen zielgerichtet und erfolgreich anwenden zu können. Sie bauen so nicht nur ihren eigenen Methodenkoffer aus, sondern tragen nachhaltige Impulse in die Organisation.

Wie lange?

 **1 Woche**

Wie teuer?

 **2000,00€ je TeilnehmerIn**
 **Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:**
1600,00€ je TeilnehmerIn

Modul 1.1, Workshop

Design Thinking

***»Design Thinking ist eine systematische
Herangehensweise an komplexe
Problemstellungen aus allen Lebensbereichen.«***

– HPI Academy

Design Thinking

Was?

Kreativität, interdisziplinäre Arbeit und radikal nutzerzentrierte Produktentwicklung bilden die Grundlage der derzeit erfolgreichsten Geschäftsmodelle. Das *Design Thinking* bündelt diese Herangehensweisen und stellt ein iteratives Prozessmodell zur Verfügung, das es erlaubt, systematisch innovativ zu arbeiten. Etablierte Hierarchien werden bewusst aufgebrochen, um das co-kreative Denken zu fördern – daher ist eine gemischte Gruppe empfehlenswert. Zugleich geht das *Design Thinking* über ein reines Modell hinaus. Denn die kreative Denke des „was wäre wenn?“, die in der alltäglichen Arbeit von Designerinnen und Designern gelebt wird, ist ein *Mindset*, das man erlernen und üben kann.

Für wen?

Die *Design Thinking*-Methode richtet sich primär an interdisziplinäre Teams. Obwohl die Methoden des *DT* an vielen Stellen im Unternehmen Anwendung finden können, sind sie vor allem für Marketing-Verantwortliche, ProduktmanagerInnen, EntwicklerInnen und mittlere Führungskräfte geeignet, die täglich gemeinsam an Projekten arbeiten. Aber auch GründerInnen profitieren in der frühen und mittleren Phase Ihres Unternehmens davon. Vorkenntnisse sind nicht erforderlich – es reicht die Motivation, Neues zu probieren.

Optimale Gruppengröße: bis zu 18 Personen



Design Thinking



Das Ergebnis

MitarbeiterInnen üben sich darin, gemeinsam und ausgehend von tatsächlichen Nutzerbedürfnissen Produkte bzw. Services zu entwickeln und in Prototypen umzusetzen. Das fördert die Zusammenarbeit, das kreative Denken und das lösungsorientierte Arbeiten. Die konsequente Orientierung an den Problemen der Kunden ermöglicht es, Produkte und Dienstleistungen fokussierter und effizienter zu entwickeln und schneller zur Marktreife zu führen. Zugleich lernen TeilnehmerInnen neue Methoden für die tägliche Arbeit kennen. Sofern wir von einer mitgebrachten Problemstellung ausgehen, erhalten Sie zudem wertvolle konkrete Impulse für eigene Projekte.

Wie lange?

 **1,5 Tage**

Wie teuer?

 **200,00€ je TeilnehmerIn**
 **Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:**
160,00€ je TeilnehmerIn

Modul 1.2, Workshop

Business Model Canvas

»Wir befinden uns im Zeitalter der temporären Wettbewerbsvorteile: Erfolg bleibt nur, wenn seine Wurzeln stetig hinterfragt werden.«

– O. Gassmann, K. Frankenberger, M. Csik,
Geschäftsmodelle entwickeln

Business Model Canvas

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS

Was?

Die *Business Model Canvas* erlaubt es, die entscheidenden Bausteine eines Geschäftsmodells modular, übersichtlich und vor allem flexibel abzubilden. Es stellt damit ein kreatives strategisches Werkzeug dar, mit dem (alternative) Geschäftsmodelle dokumentiert und diskutiert werden können. Über die einzelnen Module lassen sich die internen Abhängigkeitsverhältnisse einer Organisation transparent machen und so Probleme und neue Wege aufzeigen. Dabei bildet das Wertangebot, das Kundinnen und Kunden unterbreitet wird, das Herzstück des Modells, da von ihm einerseits die Ausgestaltung der Produkte und Dienstleistungen, andererseits das Markenversprechen abhängen.

Für wen?

Der Workshop richtet sich primär an Start-Up-GründerInnen und -Angestellte, aber auch an MitarbeiterInnen etablierter Unternehmen. Strategisch arbeitende EntscheiderInnen sowie MitarbeiterInnen in strategisch wichtigen Positionen, unter anderem mittlere Führungskräfte, ProduktmanagerInnen und Marketing-Verantwortliche, die strategische Veränderungen anstoßen und kommunizieren wollen, profitieren ebenfalls von diesem Workshop.

Optimale Gruppengröße: bis zu 10 Personen



Business Model Canvas

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS


Das Ergebnis

TeilnehmerInnen lernen, Geschäftsmodelle zu erfassen, zu beurteilen und (weiter) zu entwickeln. Dabei schulen wir sowohl das strategische als auch das kreative Denken und fördern die kollaborative Arbeit in der interdisziplinären Gruppe. Darüber hinaus tauchen wir ins „lean“ Mindset ein, indem wir uns mit bestehenden innovativen und erfolgreichen Geschäftsmodellen auseinandersetzen. TeilnehmerInnen erweitern ihren Methodenkoffer und werden in die Lage versetzt, eigene innovative (Geschäfts-)Ideen zu präsentieren, in der Gruppe zu kommunizieren und gemeinsam weiterzuentwickeln.

Wie lange?

 **1 Tag**

Wie teuer?

 **280,00€ je TeilnehmerIn**
 **Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:
240,00€ je TeilnehmerIn**

Modul 1.3, Workshop

Cross Industry Innovation

***»Innovationen über Branchengrenzen hinweg
werden zum strategischen Imperativ!«***

– Z-Punkt

Cross Industry Innovation

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS

Was?

Cross Industry Innovation beschreibt eine branchenübergreifende Innovation, welche aus einer Kombination von eigenem und analogem technologischen und/oder industriespezifischen Wissen von außerhalb der eigenen Industrie resultiert. Grundlegend werden zwei methodische Modelle unterschieden: (i) der *Outside-in-Prozess* sowie der (ii) *Inside-out-Prozess*. Der *Outside-in-Prozess* beschreibt die Überführung von bestehenden Lösungen, von Wissen und Fähigkeiten anderer Industrien in das eigene Unternehmen. Beispielhaft hierfür könnte ein Unternehmen stehen, welches isoliert nicht in der Lage ist, ein bestimmtes Problem eigenständig zu lösen, da die hierfür notwendige Kompetenz nicht in der eigenen Organisation zu finden ist. Ein derartiges Unternehmen könnte sich dem *Outside-in-Prozess* zufolge Know-How aus anderen Industrien für die Lösung des Problems zu Nutze machen. Der *Inside-out-Prozess* hingegen beschreibt ein Szenario, in dem ein Unternehmen spezifische Lösungen, Wissen und Fähigkeiten nutzt, um neue Produkte im Rahmen einer Diversifikationsstrategie zu entwickeln und/oder neue Märkte zu bearbeiten.

Für wen?

MitarbeiterInnen etablierter Unternehmen in strategisch wichtigen Positionen, unter anderem mittlere Führungskräfte, ProduktmanagerInnen und EntwicklerInnen, bilden die primäre Zielgruppe für diesen Workshop. Er richtet sich darüber hinaus an Start-Up-GründerInnen und -MitarbeiterInnen.

Optimale Gruppengröße: bis zu 10 Personen



Cross Industry Innovation

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS



Das Ergebnis

TeilnehmerInnen lernen, für bestehende Innovationsthemen gezielt und effizient die richtigen Kooperationspartner entlang der Wertschöpfungskette zu identifizieren und in die anstehenden Projekte und Aufgaben einzubeziehen. Der Workshop vermittelt neben den methodischen Ansätzen zum Aufbau von Innovations-Ökosystemen insbesondere auch die Vorteile und den Nutzen solcher Ansätze für eine erfolgreiche Innovationstätigkeit im eigenen Unternehmen. Der Workshop schärft zudem das strategische Denken, die Kreativität und die Teamarbeit über Bereichs- und Unternehmensgrenzen hinweg.

Wie lange?

 1 Tag

Wie teuer?

 280,00€ je TeilnehmerIn
 *Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:*
200,00€ je TeilnehmerIn

Modul 1.4, Workshop

Value Proposition Canvas

»Löst euch vom reinen Produktedenken.«

– Alexander Osterwalder

Value Proposition Canvas

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS

Was?

Die *Value Proposition Canvas* (VPC) baut auf der *Business Model Canvas* auf und beleuchtet die Komponenten „Kundensegmente“ und „Wertversprechen“ im Detail. Die VPC dient dem Design der *Value Proposition* der angebotenen Lösung für den Markt. Sie verfolgt das Ziel, Produkte und Dienstleistungen mit Blick auf die von Kundenseite zu bewältigenden Aufgaben schnell und effizient mit den Kundenbedürfnissen in Einklang zu bringen. Die Sicht des Anbieters wird so mit dem Bedarf der AbnehmerInnen – der KundInnen bzw. des Marktes – abgestimmt, um ein Produkt bzw. eine Dienstleistung mit optimalem Wertversprechen anbieten zu können. Ziel der VPC ist es somit, sich in die Lage zu versetzen, mit den eigenen Produkten und Dienstleistungen KundInnen optimal dabei zu unterstützen, ihre Aufgaben zu bewältigen; tatsächliche, relevante Probleme zu lösen und einen echten Mehrwert zu bieten. Nur wenn ein Wertversprechen das schafft, hat es Chancen, auf dem Markt zu bestehen.

Für wen?

Der Workshop richtet sich primär an Start-Up-GründerInnen und -Angestellte, aber auch an MitarbeiterInnen etablierter Unternehmen. Strategisch arbeitende EntscheiderInnen sowie MitarbeiterInnen in strategisch wichtigen Positionen, unter anderem mittlere Führungskräfte, ProduktmanagerInnen und EntwicklerInnen, profitieren ebenfalls von diesem Workshop.
Optimale Gruppengröße: bis zu 10 Personen



Value Proposition Canvas

IN KOOPERATION MIT CREAGO SOLUTIONS



Das Ergebnis

TeilnehmerInnen lernen, mit der *Value Proposition Canvas* zielgerichtet und effizient den angebotenen bzw. vorgesehenen Kundennutzen mit den tatsächlich bestehenden Bedarfen in den angestrebten Zielmärkten in Übereinstimmung zu bringen und auf diesem Wege das Wertversprechen für eigene Produkte und Dienstleistungen deutlich zu optimieren. Der Workshop vermittelt neben dem Wissen über das methodische Vorgehen insbesondere auch die Vorteile und den Nutzen der VPC für den nachhaltigen Erfolg eigener Produkte und Dienstleistungen. Er ergänzt und vervollständigt die im Workshop „Business Model Canvas“ (Modul 1.2) vermittelten Fähigkeiten und Kenntnisse und stärkt den agilen Mindset in der eigenen Organisation.

Wie lange?

 1 Tag

Wie teuer?

 280,00€ je TeilnehmerIn
 *Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:*
200,00€ je TeilnehmerIn

2. Business Design

Modul 2.0, Workshop

Brand Experience

***»Authentic interactions will build trust
in the brand. People can tell when they're being
listened to and when they're not.«***

– Interbrand Best Global Brands 2017

Brand Experience

IN KOOPERATION MIT PPW DIGITALAGENTUR

Was?

Da sich die Interaktion von Unternehmen mit KundInnen inzwischen zu großen Teilen über digitale Kanäle abspielt, bedarf die Positionierung im „digitalen Raum“ einer konsistenten Strategie und Kommunikation. Vor allem „digital-first“ Unternehmen wie bspw. N26 (Banking) oder coya (Versicherung) nutzen von Beginn an hervorragendes nutzerzentriertes Design, um medienübergreifend Kunden-Vertrauen und damit Markenkraft aufzubauen. Die *User Experience* – das Nutzererlebnis von Websites und digitalen Anwendungen – bestimmt dabei maßgeblich, welchen Eindruck ein Unternehmen hinterlässt. Nutzerinnen und Nutzer gewöhnen sich verstärkt an Services, die einfach und darüber hinaus angenehm zu bedienen sind. Das macht ein neues strategisches Denken in Produktentwicklung, Markenführung und Marketing nötig, dem wir uns widmen wollen: die *Brand Experience*.

Für wen?

Marketing-Verantwortliche, ProduktmanagerInnen, DesignerInnen und Digital-Verantwortliche sowie Führungskräfte, die strategische Veränderungen anstoßen wollen. Der Vortrag bietet Impulse sowohl für junge als auch für etablierte Unternehmen. Gerne nehmen wir in einem Vorgespräch auch individuelle Erwartungen und Anforderungen auf. *Optimale Gruppengröße: bis zu 12 Personen.*



Brand Experience

IN KOOPERATION MIT PPW DIGITALAGENTUR


Das Ergebnis

Wir widmen uns in unserem Workshop unter anderem folgenden Fragen: Was bedeutet moderne Markenführung? Wie hilft eine Markenstrategie Unternehmen und Organisationen im Wandel bei der (digitalen) Positionierung, bei der Kundenansprache, beim Design und beim Marketing? Was sind die Bestandteile einer erfolgreichen Corporate Identity? Wie baue ich den eigenen digitalen Auftritt konsistent auf – und aus? Welche Tools und Methoden sind empfehlenswert, um die entscheidenden Kontaktpunkte zu gestalten und das Nutzererlebnis zu steuern? Und: wie lohnt sich das? Einige dieser Fragen können dabei nicht pauschal beantwortet werden, sondern machen je nach Unternehmen individuelle Antworten nötig. TeilnehmerInnen erwerben das Rüstzeug, diese Antworten in der eigenen Organisation zu entwickeln und zu kommunizieren.

Wie lange?

 **3 Tage Workshop**

Wie teuer?

 **800,00€ je TeilnehmerIn**
 **Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:
640,00€ je TeilnehmerIn**

Modul 2.1, Vortrag

Markenaufbau & Markenführung

**»A brand is not what you say it is.
It's what they say it is.«**

– Marty Neumeier, *The Brand Gap*

Markenaufbau & Markenführung

Was?

Dass ein starker Markenkern, konsequente Markenführung und eine professionelle Corporate Identity Bestandteile erfolgreicher Positionierung sind, ist auch in Marketing und Management inzwischen Kanon. Dazu gehört hervorragendes Design ebenso wie stringente Kommunikation – ein Logo macht noch keine Marke. Doch die Entwicklung und Exekution einer Markenstrategie scheitert oft an Zeitmangel und Alltagsgeschäft. Dabei bildet sie die Basis für nachhaltigen Erfolg: durch Bildung eines Vertrauensverhältnisses zwischen Unternehmen und ihren KundInnen. Wir verstehen Marke nicht als Kosmetik. Sondern als strategisches Instrument, das von den Leistungen des Unternehmens lebt und sie lebendig werden lässt. Im Vortrag erläutern wir den Weg zur Markenstrategie und ihrer Operationalisierung anhand von Stimmen aus Praxis und Theorie sowie anhand plastischer Fallbeispiele.

Für wen?

Markenentwicklung ist immer strategische Arbeit, auch wenn sie sich im Alltag bewähren muss. Daher richten wir uns primär an strategisch denkende EntscheiderInnen und Führungskräfte, Marketing-Verantwortliche und DesignerInnen aus etablierten Unternehmen und dem Mittelstand. Doch auch Start-Ups profitieren von einer starken Marke, wobei sich hier durch den frischen Markteintritt andere Hindernisse, aber auch andere Chancen ergeben. Sprechen Sie uns gerne auf Ihre individuelle Situation an.

Optimale Gruppengröße: bis zu 15 Personen



Markenaufbau & Markenführung

Das Ergebnis

TeilnehmerInnen lernen die Grundzüge konsequenter Markenentwicklung und -führung kennen. Das versetzt sie in die Lage, interne Markenprozesse anzustoßen und zu steuern und so die Identität des Unternehmens nachhaltig zu entwickeln. Es ermöglicht es ihnen zudem, strategische Entscheidungen in ihrer Organisation mit Hilfe der eigenen Markenkriterien zu bewerten und *Corporate Identity* als Instrument nachhaltigen Erfolges zu begreifen. Auch das alltägliche Handeln kann vor dem Hintergrund einer Markenstrategie mit einer unternehmensweiten Mission abgeglichen, bewertet und angepasst werden. Entscheidungen im Marketing gewinnen eine feste Grundlage. Zudem geben wir Ratschläge, wie auch angesichts knapper zeitlicher Ressourcen erste Schritte zur starken Marke unternommen werden können.

Wie lange?

 **1h Vortrag, bis zu 1h Fragerunde und Diskussion**

Wie teuer?

 **80,00€ je TeilnehmerIn**
 **Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:
60,00€ je TeilnehmerIn**

Modul 2.2, Workshop

***User Experience für
Produkte und Services***

» (...) User Experience is not about good industrial design, multi-touch, or fancy interfaces. It is about transcending the material. It is about creating an experience through a device.«

– Prof. Dr. Marc Hassenzahl, Universität Siegen

User Experience für Produkte und Services

IN KOOPERATION MIT PPW DIGITALAGENTUR

Was?

„User Experience“ (UX) beschreibt die Erfahrung von NutzerInnen bei der Interaktion mit einem Produkt oder Service. *UX Design* „gestaltet“ die Bedingungen für diese Erfahrung und erweitert damit entscheidend das Konzept der *Usability*. Dabei geht es nicht mehr um Design im Sinne nachträglicher Verschönerung. *UX* orientiert sich an der NutzerIn: Was sind die tiefer liegenden Handlungs-Motive? Wie löst genau *unser* Produkt ein Problem? Und wie gestalten wir die Interaktion so einfach und sogar angenehm, dass eine positive Erfahrung entsteht, die fortan mit unserem Angebot verknüpft bleibt? So stellt *UX Design* eine wichtige Möglichkeit der Differenzierung im Markt dar. Ein an den Bedürfnissen meiner KundInnen orientierter Arbeitsprozess fokussiert die Produktentwicklung auf das zentrale Wertangebot, vermeidet absehbare Nacharbeiten bei Marktkontakt, fördert die interne sowie externe Akzeptanz und entlastet den Support.

Für wen?

Marketing-Verantwortliche, ProduktmanagerInnen, DesignerInnen und Digital-Verantwortliche sowie Führungskräfte, welche die Chancen nutzerorientierter Produktgestaltung kennenlernen wollen. Der Workshop bietet Impulse und Werkzeuge sowohl für junge als auch für etablierte Unternehmen.

Optimale Gruppengröße: bis zu 12 Personen



User Experience für Produkte und Services

IN KOOPERATION MIT PPW DIGITALAGENTUR


Das Ergebnis

TeilnehmerInnen gewinnen einen ersten Überblick über das Mindset, die Prozesse und die Tools nutzerzentrierter Entwicklung. Wir erläutern, wie *UX Design* entscheidend zur Wertschöpfung beiträgt, indem es Unternehmen in die Lage versetzt, mit Produkten und Dienstleistungen wiederkehrende positive Erfahrungen zu schaffen. *UX Design* setzt früh in der Wertschöpfungskette an und etabliert eine Arbeitshaltung, in der reale Bedürfnisse und Probleme den Ausgangspunkt aller Entscheidungen darstellen, sodass über die Design-Abteilung hinaus auch Produktentwicklung, Management und Marketing profitieren. Diese Haltung schafft eine Basis für die Bewertung neuer Ideen, für die zügige, iterative Umsetzung von Produkten und die Weiterentwicklung des eigenen Angebotes. Nicht zuletzt erlaubt es *UX-Kompetenz*, die vielen Möglichkeiten der Digitalisierung kompetent zu bewerten und zielführend zu nutzen.

Wie lange?

 **1,5 Tage Workshop**

Wie teuer?

 **350,00€ je TeilnehmerIn**
 **Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:
280,00€ je TeilnehmerIn**

Modul 3.0, Vortrag

Trendimpuls

» (Megatrends) entfalten ihre Dynamik querschnittartig, zum Teil über alle gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche hinweg. Sie wirken nicht isoliert, sondern beeinflussen sich gegenseitig und verstärken sich so in ihrer Wirkung.«

– Zukunftsinstitut

Trendimpuls

Was?

Als DesignerInnen beschäftigen wir uns von Berufs wegen ständig mit dem *Neuen*. Und damit, wie es in die Welt kommt. Dabei wissen wir, dass das meiste, das uns neu *erscheint*, wohl kaum aus dem Nichts entstanden ist. Oft kommen unterschiedlichste Einflüsse aus Kultur, Wissenschaft, Technik, Wirtschaft und Design zusammen und formen das, was wir dann als Trends oder Innovationen wahrnehmen. Es ist möglich, diese Strömungen zu analysieren und Voraussagen darüber zu treffen, wie sie Märkte und Organisationen in Zukunft beeinflussen. Wir geben Ihnen einen Einblick in „Megatrends“ und „Subtrends“ und die durch diese entstehenden Bewegungen auf entscheidenden Feldern: Branding, Innovationsentwicklung, Customer Experience, digitale Produktentwicklung und Packaging Design. Und wir ordnen diese Informationen so, dass Sie sie sinnvoll in Ihrem Unternehmen nutzen können.

Für wen?

Von diesem Impuls profitieren etablierte und junge Unternehmen, GründerInnen, Manager und Macher gleichermaßen. Die einzigen Grundvoraussetzungen sind Neugier und Freude daran, in die Zukunft zu denken und zu gestalten. Gerne gehen wir auf Ihre Themen und Wünsche ein und greifen, wo nötig, auf externe Experten unseres Netzwerks zurück.

Optimale Gruppengröße: bis zu 15 Personen



Trendimpuls



Das Ergebnis

TeilnehmerInnen gewinnen einen Überblick über Transformationsprozesse, die sich heute und in Zukunft ganz konkret und auf nahezu alle Bereiche der Lebens- und Geschäftswelt auswirken. Das versetzt sie in die Lage, frühzeitig Herausforderungen zu erkennen, die nötigen Veränderungen anzustoßen und so Chancen zu nutzen – sei es im unmittelbaren Arbeitsumfeld oder unternehmensweit. Das „Was wäre, wenn ...?“-Mindset hilft zudem dabei, die eigene Marktposition zu bestimmen und zu entwickeln, das eigene Geschäftsmodell zu optimieren sowie neue Produkte zu entwerfen – und ganz nebenbei spannende Themenfelder zu entdecken.

Wie lange?

 **1h Vortrag, bis zu 1h Fragerunde und Diskussion**

Wie teuer?

 **80,00€ je TeilnehmerIn**
 **Start Ups, NGOs, Sozialorganisationen:
60,00€ je TeilnehmerIn**

DREES + RIGGERS

*Fragen? Nehmen Sie
gerne Kontakt auf.*

workshops@drees-riggers.de

0251 133 33 12

Drees + Riggers

Strategisches Design und Markenentwicklung

Hohenzollernring 47

48145 Münster

drees-riggers.de

