



S. Perkmann Berger

LEAN INNOVATION

Arbeiten wie ein Startup im Corporate Umfeld

Ihr Nutzen:

Die TeilnehmerInnen erhalten einen fundierten Einblick in ausgewählte Methoden und Ansätze, um neue Ideen rasch und mit wenig Risiko validieren zu können und somit eine solide Grundlage für Umsetzungsentscheidungen zu erarbeiten.

Im zweiten Teil des Workshops zu „Innovation Strategy“ erlernen die TeilnehmerInnen, wie dieser Grundbaustein einer Innovationsstrategie systematisch im Unternehmen verankert werden kann. Weiters wird ein Framework zur Entwicklung einer Innovationsstrategie aufgezeigt, und Best-Practices von Innovationsmodellen aus unterschiedlichen Branchen werden vorgestellt.

Methoden & Modelle

Präsentation von Modellen und Ansätzen, die derzeit im Innovationsmanagement state-of-the-art sind, und gemeinsame Diskussion über deren Vor- & Nachteile.

Ihr Workshopleiter

Dr. Stefan Perkmann Berger, Geschäftsführer, WhatAVenture, Wien

ZIELGRUPPE | Alle die mit der Evaluierung und Umsetzung von Innovationen befasst sind: Innovationsverantwortliche, Leiter Produktmanagement, Business Development, Forschung & Entwicklung, Transformation, HR, Consultants

Ablauf & Inhalte

9.00 bis 13.00 Uhr: Innovation Box Workshop

Schritt für Schritt zum validierten Konzept

Anhand einer ausgewählten Geschäftsidee werden folgende weitere Schritte durchlaufen:

- > Solution Development: Auswahl der relevantesten Kundenbedürfnisse und Entwicklung einer entsprechenden Lösung
- > Business Modeling: Entwickeln von innovativen Geschäftsmodellen
- > Market Deep Dive: Analyse der Marktattraktivität und des Mitbewerbs
- > Rapid-Prototyping: Entwicklung frühphasiger Prototypen, um erste Hypothesen zu testen und zu validieren. Verstehen Sie die Menschen hinter den Zielgruppen und wie sie die Welt erleben
- > Die PCM Persönlichkeitstypen in uns und unseren KundInnen – Sprachbilder, Wahrnehmung, Hauptmotive, bevorzugte Kommunikation und Sozialumgebung
- > Erfüllen der inhaltlichen und emotionalen Bedürfnisse der unterschiedlichen Persönlichkeitstypen
- > Unterschiedliche Ansprache in der klassischen Kommunikation und im Dialog Marketing
- > Best Practice klassischer Werbekampagnen für die 6 Persönlichkeitstypen

14.00 bis 17.00 Uhr: Innovation Strategy Workshop

Vision, Ziele und Werte

- > Gibt es ein klares Bild von der Vision und den Zielen, die man im Bereich Innovation erreichen möchte?
- > Wie definiert man diese Ziele?
- > Welche Rolle spielen Stärken dabei?

Innovation Readiness Check & Innovationsportfolio

- > Welche Innovationsaktivitäten sind bereits vorhanden?
- > In welchen Bereichen entlang der Wertschöpfungskette Innovation liegen Stärken und Schwächen?
- > Welche Erfahrungen wurden in der Vergangenheit bereits gemacht?