

## VORGEHEN „ENTDECKEN DER MÖGLICHKEITEN“



### ZIELGRUPPEN: WER?

#### Benennen Sie potenzielle Zielgruppen.

- Denken Sie möglichst breit, versuchen Sie auch über Ihre bisherigen Ideen hinauszudenken - "Wer noch?"
- Versuchen Sie sich in einer detaillierten Beschreibung der Zielgruppen - Vermeiden Sie pauschale Oberbegriffe.
- Notieren Sie offene Fragen und Informationsbedarf auf dem Question Board

#### DENKANREGUNGEN

→ Für wen ist das Angebot relevant? Welche Zielgruppen bedient das Institut (oder gerade nicht)? Zu wem gibt es Kontakte (regional/überregional)? Ungewöhnliche Ideen erlaubt! - Think outside the box!



### ANGEBOT: WIE?

#### Welche Anpassungen des Angebots machen es für welche Zielgruppe besonders gut nutzbar?

- Nutzen Sie für jede Zielgruppe eine andere Post-it Farbe
- Nehmen Sie dabei die Perspektive der Zielgruppe ein
- Brechen Sie das Angebot in seine Einzelteile herunter: Woraus besteht es? Wie funktioniert es?
- Notieren Sie offene Fragen und Informationsbedarf auf dem Question Board

#### DENKANREGUNGEN

→ Woraus besteht das Angebot aus Anwendungssicht? Was liegt vor? Wie funktioniert das Angebot?



### ANGEBOT: WIE?

#### Überlegen Sie sich welchen Nutzen sich spezifische Zielgruppen durch ihr Angebots erwartet

- Denken Sie Anfangs möglichst breit und kreativ, versuchen Sie auch über Ihre bisherigen Ideen hinauszudenken - "Warum noch?"
- Versuchen Sie, in Pfaden zu denken: Was sind die Voraussetzungen, dass der Nutzen eintritt? Zu welchem nachgeschalteten Nutzen führt der Nutzen wiederum für die Zielgruppe (z.B. bessere Schulbücher > bessere Bewertungen > mehr Verkauf > mehr Einnahmen)?
- Notieren Sie offene Fragen und Informationsbedarf auf dem Question Board

#### DENKANREGUNGEN

→ Worin besteht ein Mehrwert der potenziellen Zielgruppen? Welche Erwartungen haben spezifische Zielgruppen an ihr Angebot? Mit welchen Motivationen könnten Zielgruppen ihr Angebot annehmen? Was ist der Nutzen, bzw. welches Problem wird bei den Zielgruppen gelöst?