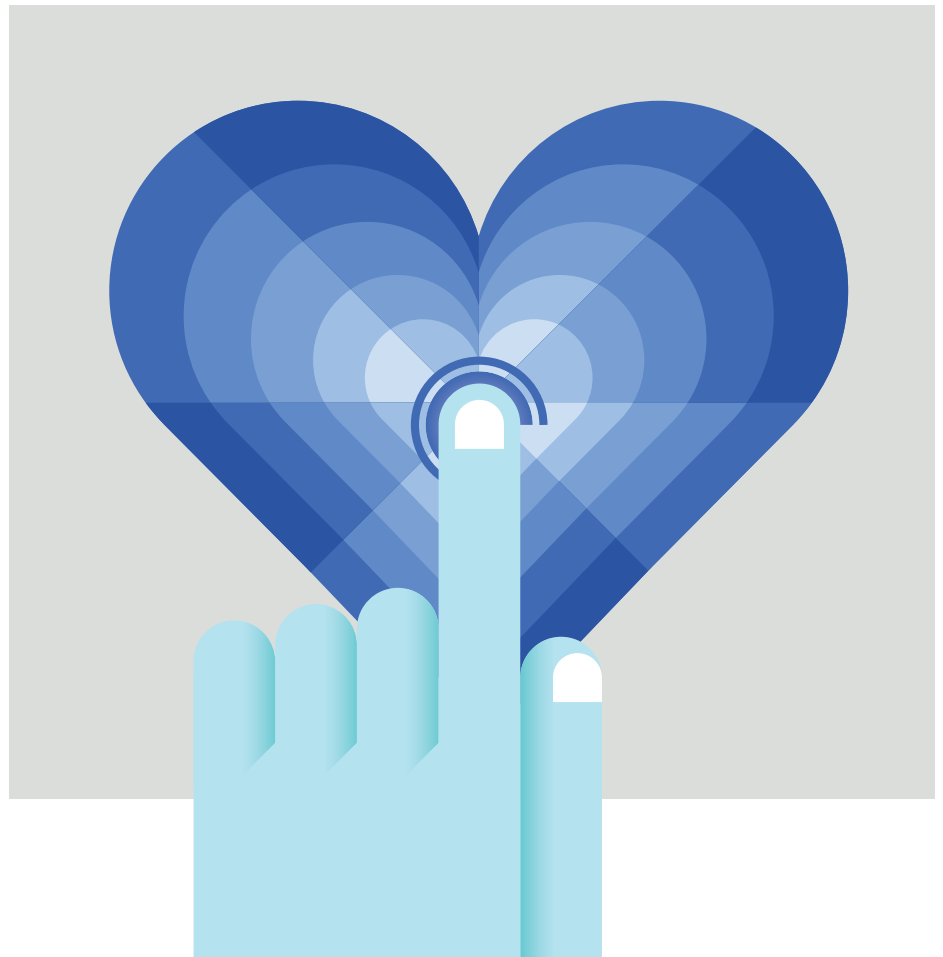


Digital Strategy Sprint in 5 Tagen

Hand aufs Herz. Den Begriff „Strategie“ verbinden viele erst einmal mit einem stark theoretischen und zeitintensiven Vorgehenskonzept, an dessen Ende mitunter unkonkrete Ergebnisse stehen. Passend dazu haben sich viele Anforderungen an eine Strategie bereits geändert, sobald diese fertig gestellt und bereit zur Realisierung ist. Das muss nicht sein.

Daher haben wir den Strategy Sprint ins Leben gerufen. Ein Format, in dem wir den Prozess der Strategieentwicklung hands-on gestalten, ihn beschleunigen, dabei konkrete Ergebnisse liefern und ihn als etwas Dynamisches verstehen.



Alles auf
einen Blick
Ein kurzer
Konzept
Überblick.

Analog zu den bereits bekannten Design Sprints, die eine schnelle und transparente Konzeptionsphase ermöglichen und an deren Ende technisch umsetzbare sowie für Kunden und Unternehmen werthaltige Ergebnisse stehen, haben wir unseren Strategy Sprint entwickelt.

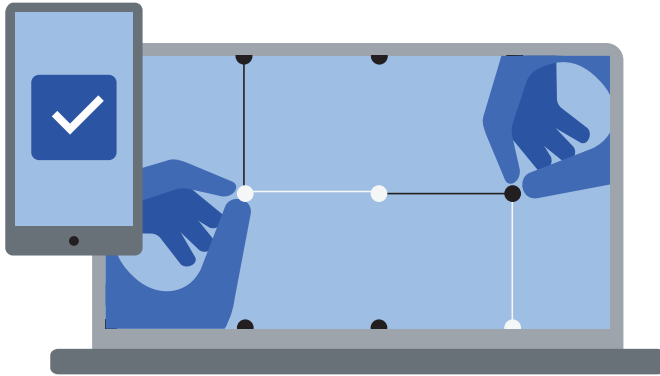
Der Strategy Sprint ist ein modulares Vorgehensmodell, das es uns ermöglicht, die einzelnen Deliverables an Sie und Ihre aktuelle Unternehmenssituation individuell anzupassen. Weg vom klassischen „one-size-fits-all“. Im Rahmen eines Digital Strategy Sprints gilt es, innerhalb von nur fünf Tagen durch kollaborative Workshops, strategische Initiativen aus den Dimensionen Business, Design und Technologie zu entwickeln. Ziel des Sprints ist es, eine Roadmap zu skizzieren, um

Ihren digitalen Handel zu aktivieren. Durch die schnelle Konzeption kann die Roadmap unterjährig überprüft und wenn nötig angepasst werden. Denn wie sagte schon Eisenhower: „Pläne sind bedeutungslos – Planung ist alles“.

Was es dafür benötigt? Hundertprozentigen Fokus – und natürlich saubere Vorbereitung als valide Basis. Eine reibungslose Durchführung steht und fällt mit dem Involvement der richtigen Stakeholder sowie der zeitgenauen Planung der einzelnen Module, vor allem aber der vorab durchgeführten Sichtung verfügbarer Insights und Daten, z. B. bestehende Strategiekonzepte, Customer Journeys und Personas oder der aktuellen Systemlandschaft.

In der Praxis

Man stelle sich vor, man hätte viel Geld in die Hand genommen und eine Online-Präsenz implementiert, die bislang keinen nennenswerten Mehrwert generiert. Das ist natürlich frustrierend; sind Digital Marketing und E-Commerce doch zentrale strategische Initiativen und in der aktuellen Situation mehr denn je wichtige Vertriebskanäle.



Woran hat es gelegen? Vielleicht an der Komplexität, der im Shop verfügbaren Produkte? Sind transaktionale Prozesse zu umständlich für den Die Nutzer*innen? Ist das Gesamterlebnis nicht kundenfreundlich? Wurde der Go-Live nicht von entsprechenden Aktivierungsmaßnahmen begleitet? Oder ist der Onlinekanal ein weiteres Silo innerhalb der Systemlandschaft, was die ungenügende Performance, Kunden- und Produktdatenqualität erklärt?

Was gewiss ist: Der Digital Strategy Sprint bietet in diesem Fall die Möglichkeit, eine ganzheitliche und integrative Roadmap zu definieren, mit der das gewünschte Zielbild erreicht und digitales Marketing neu definiert werden kann. Idealerweise, bevor die Website oder der Shop entwickelt wurde.

Get in touch



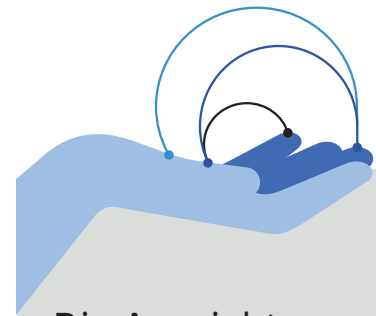
Yannick Zimmer
Business Development Manager

+49 172 377 03 40
yannick.zimmer@ibmix.de
ibmix.de



Mark Ehlers
Business Development Manager

+49 172 468 26 40
mark.ehlers@ibmix.de
ibmix.de



Die Aussicht

Der Digital Strategy Sprint bietet Ihnen ein transparentes Strategiekonzept, das in Zusammenarbeit mit involvierten Mitarbeitenden und Stakeholdern und mit Nähe zu Ihrem Business Modell und den Kund*innen Ihres Unternehmens – unter Berücksichtigung der technologischen Möglichkeiten – entwickelt wurde. Die Resonanz auf die Qualität und Quantität der Ergebnisse ist dabei begeisternd.

Damit ist aber nicht Schluss. Die identifizierten Maßnahmen gilt es mit Blick auf die Zielerreichung umzusetzen, aber auch weiterhin konzeptionell zu begleiten. So können die skizzierte To-Be Customer Journey, aber auch einzelne Touchpoints, mittels Co-Creation prototypisiert und validiert werden. Die identifizierten Capabilities können durch eine Vendor-Selection den besten Lösungsanbietern zugeordnet werden. Die Business Modelle einzelner Handlungsfelder können durch Business Cases betriebswirtschaftlich weiter ausgearbeitet werden. Und schließlich kann die definierte Lösung technisch umgesetzt werden. Es gibt viel zu tun, also packen wir es an.

Mit diesem vielseitigen Instrument werden konkrete strategische Handlungsfelder identifiziert und schnelle Resultate erzielt. Es geht vor allem darum, den Strategieprozess weniger abstrakt zu gestalten. Vergleichbar mit einer Ideenwerkstatt können unterschiedliche Outputs generiert werden, wobei die Entwicklung einer Digitalstrategie nur eine von verschiedenen Anwendungsbeispielen darstellt.

