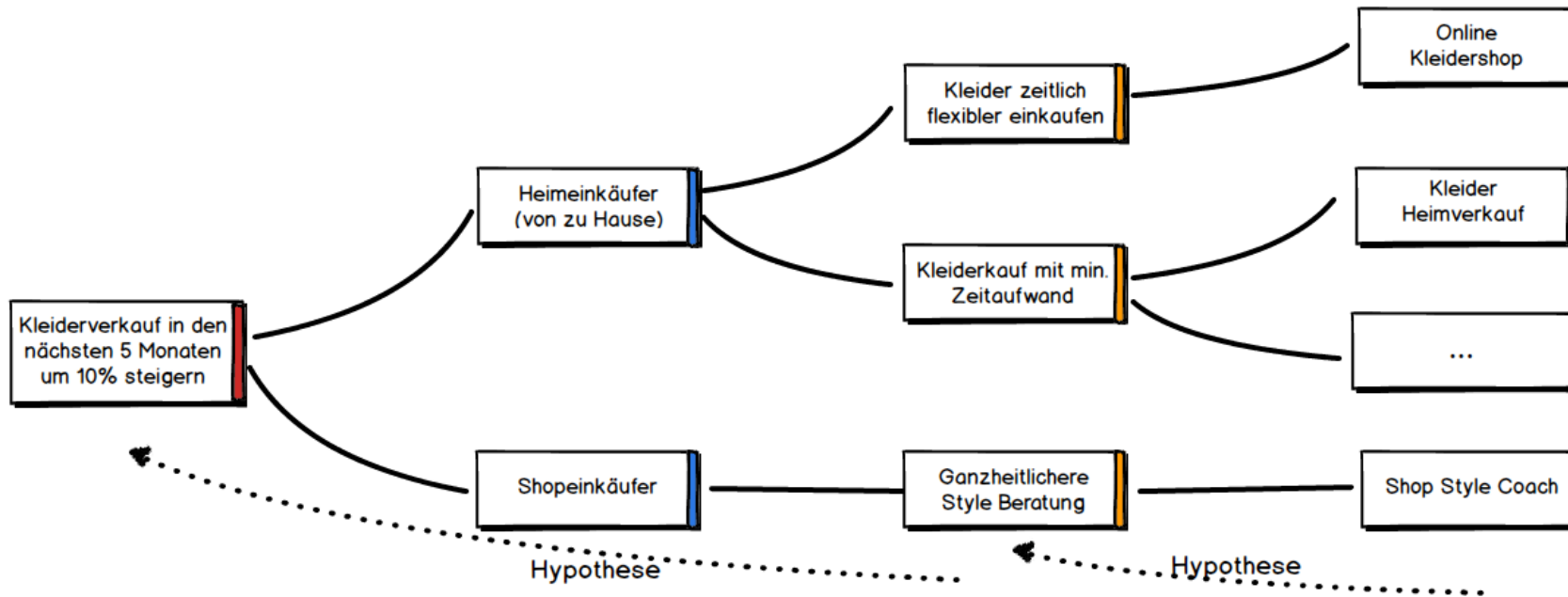


Impact Mapping Cheat Sheet - Vom Geschäftsziel zum Lieferergebnis V1.2



Wozu? {Geschäftsziel}	Wer? {Akteure}	Wie? {Impact}	Was? {Lieferergebnis}
<p>Frage dich ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... wozu wir das machen sollten? ... wozu das hilfreich/nutzbringend sein sollte? ... welches Geschäftsmodell dahinter steckt? <p>Versuche ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... nachvollziehbare monetäre Verbindung herzustellen ... SMART Ziele zu formulieren: Specific, Measurable, Action oriented, Realistic, Timely ... das Problem und nicht die Lösung zu <hr/> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Neueröffnung einer Filiale in Zürich im Oktober 2018 • 15% mehr zahlende Kunden innerhalb von 6 Monaten 	<p>Frage dich ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... welche Akteure mit diesem Geschäftsziel beeinflusst werden? ... wer uns helfen kann das Geschäftsziel zu erreichen? ... wer unser Geschäftsziel gefährden kann? ... wer sind primäre Akteure: direkt betroffen ... sind sekundäre Akteure: liefern Dienstleistung ... wer sind abseits stehende Akteure: haben Einfluss aber profitieren nicht direkt davon <hr/> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Billy Brand vom Marketing • Unter 16 Jährige mit einem Mobile Phone an einem Konzert • Android Apps-Entwickler 	<p>Frage dich ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... wie sich ihr Verhalten ändern kann/soll? (starte/beende/etwas neues) ... wie sie unterstützen oder verhindern können? ... was die Akteure erreichen möchten (Business Aktivitäten) ... ob es mehrere Impacts pro Akteur gibt? <p>Versuche ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... KEINE Produkt-Features aufzulisten ... Verhaltensänderungen zu formulieren: Nicht "Tickets kaufen" sondern "Tickets 2x schneller kaufen" ... nicht jedes erdenkliche Verhalten zu listen <hr/> <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tickets ohne das Call-Center kaufen • Artikel schneller erfassen • Weniger manuelle Tätigkeiten bei Buch-Bestellung ausführen 	<p>Frage dich ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... was das gewünschte Verhalten auslösen könnte? <p>Versuche ...</p> <ul style="list-style-type: none"> ... alle Lieferergebnisse in den Kontext zum gewünschten Verhalten zu stellen ... Lieferergebnisse als Optionen zu verstehen ... nur High Level Lieferergebnisse aufzuführen ... nicht in die Details abzutauchen ... iterativ zu verfeinern ... nicht im ersten Anlauf alles fertigzustellen ... nicht nur nach SW-Lösungen zu suchen <hr/> <p>Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Online Kleidershop • Optimierung der Call-Center Telefon Skripts

By: Gojko Adzic - www.impactmapping.org