











# Digitale Zielgruppe

## Checkliste




- |                          |   |                          |  |
|--------------------------|---|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Rollen verteilt: wer moderiert, wer macht Notizen?      | <input type="checkbox"/> | Raum & Verpflegung?                              |
| <input type="checkbox"/> | Sind alle eingeladen?                                   | <input type="checkbox"/> | Sind ausreichend Klebezettel & Marker vorhanden? |
| <input type="checkbox"/> | Ist sämtliches Material (digital & physisch) vorhanden? | <input type="checkbox"/> | <i>optionale</i> Energizer geplant?              |

## Agenda

DAUER	INHALT	ZIEL	MATERIAL
30 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorstellungsrunde</li> <li>Einführung digitale Zielgruppen</li> </ul>	Die Teilnehmer verstehen das Potential von Zielgruppenfokus im Arbeitsalltag	 Präsentation Zielgruppenfokus  <i>optional</i> : Energizer für Vorstellungen
60 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorstellung Werkzeuge</li> <li>Gruppenarbeit: Proto-Personas &amp; Empathy Maps</li> </ul>	Die Teilnehmer versetzen sich in die Zielgruppe hinein & erstellen ein erstes konkretes Profil	 Template für Empathy Map & Proto Persona <i>als Plot oder am Whiteboard</i> 
15 min	<i>Kaffeepause</i>		
60 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorstellung der Methode Jobs to be Done &amp; Customer Value Map</li> <li>kurze Gruppenarbeit zu Kunden"jobs"</li> </ul>	Verständnis der Kundenperspektive auf „Jobs“: Perspektive wechseln.	 Template für Kundenjob <i>als Plot oder am Whiteboard</i> 
45 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Einschätzung Reife &amp; Potential (Maturität)</li> <li>Diskussion &amp; Priorisierung</li> </ul>	Entwicklung einer ersten Einschätzung: wie gut erfüllen wir die Kundenbedürfnisse Stand heute?	 Dokumentation am Whiteboard
60 min	<i>Mittagspause</i>		
60 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vorstellung Journey-Arbeit</li> <li>Gruppenarbeit Kundenerlebnis Status Quo &amp; Blockaden</li> </ul>	Die Teilnehmer können nächste Schritte diskutieren & Feedback zum Format geben	 Template für Kundenerlebnis <i>als Plot oder am Whiteboard</i> 
30 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Energizer</li> </ul>	Die Teilnehmer werden für die zweite Hälfte des Workshops motiviert.	 Unter <a href="https://tinyurl.com/wsm-energizer">https://tinyurl.com/wsm-energizer</a> finden Sie Vorschläge für Workshop-Energizer

# Digitale Zielgruppe

## Agenda

DAUER	INHALT	ZIEL	MATERIAL
90 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entwicklung „Hero Journey“ &amp; Vision für das Kundenerlebnis</li> <li>Ableiten von Anforderungen</li> </ul>	Entwickeln einer konkreten Vision für zukünftige Kundenerlebnisse & Ableiten von Anforderungen für die Umsetzung	 Template für die Hero Journey als Plot oder am Whiteboard
15 min	Kaffeepause		
45 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Präsentation der Ergebnisse</li> <li>Diskussion nächste Schritte</li> </ul>	Teilen der entwickelten Ideen & Ableiten von nächsten Schritten	 ggfs. Dokumentation am Whiteboard
30 min	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zusammenfassung</li> <li>Feedbackrunde</li> </ul>	Die Teilnehmer diskutieren nächste Schritte & geben Feedback zum Format	 Dokumentation am Whiteboard

Unter <https://www.workshopmacher.de/produkte/zielgruppenworkshop> finden Sie viele der genannten Templates zum Download.

## Notizen

---



---



---



---