

#53



WAS DU DAZU BRAUCHST

- Auf A3 ausgedruckte Product Vision Boards
- Post-its
- Stifte/Moderationsstifte



DAUER

2 Stunden

PRODUKTVISION

Diese Aktivität unterstützt den Product Owner bei der Formulierung einer klaren Produktvision.

PRAKTISCHER NUTZEN






Eine Produktvision veranschaulicht den Wert eines Produkts und das Ziel, auf das hingearbeitet wird. Die Vision unterstützt beim Füllen und Priorisieren des Backlogs – was gehört hinein und was ganz bewusst nicht? Anhand der Produktvision kann der Product Owner entscheiden, was für den Kunden, die Organisation und das Team wichtig ist. Zudem hilft die Produktvision dabei, alle auf dieselbe Linie einzuschwören.

SCHRITTE

Schritt 1: Die Bedeutung erläutern

Erläutere den Anwesenden, weshalb es wichtig ist, eine Produktvision zu entwickeln. »Was werden wir tun und warum tun wir es?« Dieses Verständnis vereinfacht die Arbeit des Product Owners, da er sofort eine erste Auswahl treffen kann, was zu dieser Vision passt und was nicht.

Schritt 2: Die Felder ausfüllen

 VISION Was ist die Motivation, das Produkt zu entwickeln? Welche positive Veränderung schafft das Produkt oder die Dienstleistung?			
 <p>ZIELGRUPPE</p> <p>In welchem Markt oder Marktsegment befindet sich deine Zielgruppe?</p> <p>Wer sind deine Kunden?</p> <p>Wer sind deine Anwender bei diesen Kunden?</p>	 <p>BEDÜRFNISSE</p> <p>Welche Probleme löst dein Produkt oder deine Dienstleistung?</p> <p>Welchen nachweisbaren Wert bietet es?</p>	 <p>PRODUKT/ DIENSTLEISTUNG</p> <p>Um was für ein Produkt oder eine Dienstleistung handelt es sich?</p> <p>Was macht seine Einzigartigkeit aus?</p>	 <p>BUSINESS GOALS</p> <p>Wie zahlt dieses Produkt oder diese Dienstleistung auf deine Strategie ein?</p> <p>Welche strategischen Ziele willst du mit diesem Produkt oder dieser Dienstleistung erreichen?</p>

Product Vision Board von Roman Pichler



TIPP 1

Diese Aktivität kann sehr gut mit einem einzelnen Product Owner durchgeführt werden, doch mit mehreren gleichzeitig wird es für die Product Owner inspirierender.

Die Felder des Product Vision Board von Roman Pichler nacheinander auszufüllen, hilft dabei, eine starke, wertorientierte Produktvision zu formulieren. Erwähne die Product Owner noch einmal nachdrücklich daran, dass sie mit der »Zielgruppe« beginnen, sich dann den »Bedürfnissen«

zuwenden und erst danach die Felder »Produkt/Dienstleistung« gefolgt von »Unternehmensziele« ausfüllen. Erst ganz zum Schluss wird das Feld »Vision« ausgefüllt. Das klingt logisch, doch du wirst feststellen, dass die meisten Product Owner dazu tendieren, mit dem Feld »Produkt/



TIPP 2

Man kann diese Aktivität auch mit dem gesamten Team durchführen. Der Product Owner ist hauptverantwortlich für das Erstellen der Vision, kann sich aber natürlich vom Team unterstützen lassen.



TIPP 3

Wenn diese Aktivität mit einer größeren Gruppe durchgeführt wird, empfiehlt es sich, bei der Beantwortung der Fragen zum Beispiel **#67 1-2-4-All** zu verwenden.

Dienstleistung« zu beginnen. Das hat zur Folge, dass die anderen Fragen aus einer viel zu eingeschränkten Perspektive betrachtet werden, weil sie schon ein bestimmtes Produkt oder eine konkrete Dienstleistung im Sinn haben. Von links nach rechts zu arbeiten birgt die Herausforderung, zuerst zu den Kernbedürfnissen vorzudringen, um so eine wirklich spezifische Produktidee zu entwickeln. Das bedeutet, offen für Ideen und kreativ zu sein.

Schritt 3: Einen inspirierenden Satz formulieren

Das folgende Format kann dabei helfen, die Botschaft (Vision) verständlich und spannend zu vermitteln. Verwende das Board aus Schritt 2, um die folgenden Sätze zu vervollständigen:

*Wofür (Zweck des Kunden)
Wer (Dringlichkeit oder Gelegenheit)
(Produktname) ist ein (Produkt-
kategorie)
Das (entscheidender Vorteil,
Kaufargument)
Nicht wie (alternative Lösung)
Unser Produkt (Hauptunterschei-
dungsmerkmal)*

Schritt 4: Die Vision testen

Überprüfe, ob die Vision gut ankommt, ob die Kunden sich wiedererkennen und ob auch das Management deiner Organisation dahintersteht. Und das Allerwichtigste – schau, wie die Vision beim Team ankommt. Damit alle an einem Strang ziehen, muss das Team die Vision verstehen, annehmen und beginnen, danach zu handeln. Vereinbare mit den Product Ownern, wie sie dabei vorgehen wollen. Dies sollte so kurzfristig wie möglich geschehen, am besten innerhalb von zwei Wochen.

Schritt 5: Voneinander lernen

Wenn mehrere Product Owner die vorangegangenen Schritte gemeinsam durchlaufen haben, kann es hilfreich sein, die Ergebnisse untereinander auszutauschen, um sich gegenseitig zu inspirieren und gegebenenfalls die Vision zu schärfen.