

LEITFADEN

Change-Management und Empfehlungen für die Risiko-Reduzierung bei Digital Business, Marketing und Blockchain Projekten

Thematik

Die meisten Projekte haben mit großen Zeit- und Budgetüberschreitungen zu kämpfen. Es sind sogar zwei von drei Projekten, die Zeit- und Budgetüberschreitungen von 30 Prozent und mehr haben.

Dieser Leitfaden hilft Ihnen, solche Risiken rechtzeitig zu finden und zu minimieren. Die Angaben basieren auf Forschungsergebnissen, Projektmanagement-Grundsätzen und Erfahrungen mit Kundenprojekten.

Bereiche

- Technologie und Innovation
- Strategie und Marketing
- Compliance

1. Initiierung und Planung des Projekts

1.1. Kundenerlebnis, Marktanalyse

Kaum eine Organisation hat ausreichende Ressourcen, einen Veränderungsprozess gleichzeitig auf mehreren Ebenen voranzutreiben wie z.B. bei internen Prozessen, im Geschäftsmodell und bei deren Kundenerfahrungen. Deshalb ist es wichtig, mit dem Kundenerlebnis bzw. der Kundenerfahrung anzufangen.

Wie identifizieren Sie die Verbesserungsmöglichkeiten in Sachen Kundenerlebnis? Wir zeigen Ihnen Möglichkeiten.

1.2. Definition der Ziele und Anforderungen

Nach Festlegung der Verbesserungspotenziale (siehe oben) muss eine Auswahl der Hauptziele getroffen werden. Die Ziele sollen spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert (SMART) sein.

An ihnen wird der Erfolg des Projektes gemessen. Anforderungen sind eindeutige Vorgaben darüber, welche Eigenschaften ein Projektergebnis haben muss. Diese Definitionen dienen dazu, effizient und effektiv zu arbeiten und sich mit keinen Nebensächlichkeiten aufzuhalten.

Wie definieren Sie die Ziele und warum?

Wir unterstützen Sie diesem kritischen Prozess mit Hilfe unserer

1.3. Budget

Sind die Prioritäten, Ziele und Anforderungen formuliert, muss das Projekt budgetiert werden. Das bedeutet, sämtliche Ressourcen und Material einzurechnen und sowie eine Reserve für Risiken zu berücksichtigen.

Wie berechnen Sie ein Budget das realistisch ist und genehmigt wird? Wir erstellen mit Ihnen ein Budget oder helfen, das Projekt anhand vom genehmigten Budget zu managen.

1.4. Risiko und Stakeholder Analyse

Es ist essentiell, sich in der Planungsphase den zu erwartenden Risiken (aber auch Chancen) bewusst zu sein. Soweit bei vorhersehbaren Risiken möglich, sollen diese entweder rechtzeitig minimiert oder beseitigt werden. Andernfalls ist es empfehlenswert, einen Prozess aufzustellen, um diese schnell zu identifizieren. Je früher im Verlauf des Projektes ein potentielles Risiko gefunden und beseitigt wird, desto kleiner das Risiko und günstiger dessen Bereinigung und umgekehrt.

Nach Möglichkeit soll mit allen Stakeholdern/Beteiligten eine Aussprache stattfinden. Dies ermöglicht das Lernen und erhöht das gegenseitige Verständnis. Dabei wird auch die Akzeptanz für das Projekt positiv beeinflusst. Dies hilft den Prozess zu verbessern und damit den Projekterfolg signifikant zu verbessern.

Wie optimieren Sie die Vorgehensweise gemäß den mit Hilfe von Analysen generierten Ergebnissen? Wie wird die Kommunikation zu den relevanten Stakeholdern essentiell und nachhaltig? Wir bringen die Tools zur Analyse und entwickeln mit Ihnen die optimale Lösung.

2. Durchführung des Projekts

2.1. Compliance und Datenschutz bei Design

Projekte im Marketing oder im Technologiebereich setzen voraus, dass wir von Anfang an sicherstellen, dass relevante Richtlinien und Gesetze eingehalten werden. Als Beispiel können wir die EU-DSGVO nennen (siehe auch Risikoanalyse in der Planung).

Brauchen Sie Support bei der Durchführung des Datenschutz-Audits? Unsere Experten unterstützen Sie gerne bei dieser wichtigen Arbeit.

2.2. Veränderungsprozess, Controlling

Nach Festlegung der Verbesserungspotenziale (siehe oben) muss eine Auswahl der Hauptziele getroffen werden. Die Ziele sollen spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert (SMART) sein. An diesen Zielen wird der Erfolg des Projektes gemessen. Anforderungen sind eindeutige Vorgaben darüber, welche Eigenschaften ein Projektergebnis haben muss. Die Definitionen dienen dazu, effizient und effektiv zu arbeiten und sich mit keinen Nebensächlichkeiten aufzuhalten.

Wie definieren Sie die Ziele und warum? Wir unterstützen Sie diesem kritischen Prozess mit Hilfe unserer drkpi Methodik.

2.3. Agile Produktentwicklung: Minimum Viable Product (MVP)

Ein funktionierender Prototyp ist der erste Schritt, gefolgt von einem MVP als dessen zweiter. Zwischendurch kann mit Kunden entwickelt werden (agil). Gegen Ende des Projektes wird die verbesserte Version von verschiedenen Kunden als Betaversion getestet. Auch hier muss Compliance beachtet werden.

Tipp: Was tun, wenn der Algorithmus einen Fehler hat, der nicht korrigiert werden kann? Amazon hat die Reißleine an seiner Rekrutierungssoftware gezogen, da diese unter anderem gegenüber Frauen diskriminiert hat und dieser Fehler sich nicht korrigieren ließ. Deshalb ethische Bedenken, Risiken wie Haftung oder Reputation, früh abklären.

3. Nach dem Abschluss des Projekts: Erfolg im Markt

3.1. Erfahrung ist die neue Marke

Verwenden Sie Zeit dafür, um Ihre Kunden so zu schulen, dass sie wissen, wie sie Ihr Produkt verwenden sollen. Beheben Sie jedes auftretende Problem und lösen Sie sämtliche auftretende Sondersituationen so schnell und einfach wie möglich.

Wir entwickeln mit Ihnen die Werkzeuge für Online-FAQs, Webinare und Workshops im B2B Bereich.

3.2. Community Support

Nutzen Sie Social Media und die Unterstützung einer sehr starken Community sowie den Telefon-, E-Mail- und Chat Kundensupport, um nachhaltige Informationen über die Produktnutzung zu vermitteln und Feedback zu sammeln. Verbessern Sie das Produkt anhand dieser Daten fortlaufend, und kommunizieren Sie Ihre Optimierungen.

Wie managen Sie Ihre Community noch effektiver durch Tools, Inhalte und Personal? Seit 2002 managen wir Support Communities für große Marken und Hidden Champions.

3.3. Zufriedene Mitarbeiter sorgen für zufriedenere Kunden

Eine gute Beziehung und Betreuung zum Kunden verbessert die Reputation und gleichzeitig das Kundenerlebnis. Positive Kundenbewertungen von Beginn an steigern die Anzahl positiver Wertungen danach und verbessern deren Tonalität. Positive Feedbacks generieren wiederum ebenfalls positive mündliche Empfehlungen (d.h. Word-of-Mouth) für das Produkt oder die Technologie.

Tipp: "In der alten Welt hast du 30 Prozent der Zeit damit verbracht, guten Service aufzubauen und 70 Prozent deiner Zeit damit, darüber zu reden und Werbung zu machen. In der neuen Welt ist es genau umgekehrt" (Zitat von Jeff Bezos, Amazon).

3.4. Schlüsselrelevante Metrics / KPIs

Nicht alles lässt sich messen. Doch die besten Strategien und Projekte haben die besten Kennzahlen. Deshalb mit 3 bis 5 aussagekräftigen Kennzahlen kritische Dinge messen, die den Erfolg mittelfristig nachhaltig beeinflussen werden, reduziert die Risiken für böse Überraschungen, rechtfertigt die Aufgaben und ermöglicht, rechtzeitig mit Korrekturen aufzuwarten.

Tipp: Zukunftsorientierte und messbare Prioritäten für die nächsten 12 - 24 Monate zu setzen sind ein Muss für den Projekterfolg.

Brauchen Sie zusätzliches technisches Know-How für den KPI Aufbau, Design und Implementierung vom Kundenfeedback-Prozess und der Crossmedia Kommunikation? Wir unterstützen Sie bei dieser wichtigen Arbeit.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihren Projekten und stehen Ihnen jederzeit für Unterstützung zur Verfügung.

Das drkpi Team