

Name: «Ich baue einen Prototypen.»

Zielgruppe: Alle interessierten Mitarbeiter der Aduno Gruppe

Datum / Version: 31.07.2017 / Version 1.0

Absender: Innovation & Technology Management / Julia

Ausgangslage

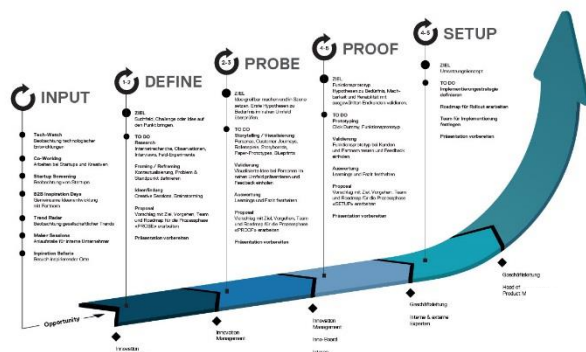
Ich habe eine Idee und habe gelernt, dass ich so schnell wie möglich ein Feedback «am lebenden Objekt» sammeln muss, um meine Idee an einem Prototypen zu testen. Aber wie mache ich das? Was muss ich bauen? Was kann ich messen? Was kann ich lernen? Was baue ich jetzt?

Ziele des Moduls

- Die Teilnehmer kennen und verstehen das Prinzip «Build, Measure, Learn».
- Die Teilnehmer trauen sich, einfache Prototypen für komplexe Ideen zu bauen.
- Die Teilnehmer üben den Prozess «Build, Measure, Learn».
- Die Teilnehmer kennen die Stolpersteine.
- Die Teilnehmer wissen, wo sie Vorlagen und Hilfestellungen bekommen.
- Die Teilnehmer können Hypothesen aufstellen.
- Die Teilnehmer können kleine Experimente gestalten.

Einsatz im Aduno Innovations Prozess

Probe / Proof



Fragen hilft oft nicht – die Teilnehmer antworten zwar ehrlich, verhalten sich aber ganz anders!

Was sind die Gründe dafür?

Es gibt einen großen Unterschied zwischen dem, was Leute sagen und dem, was sie wollen und dem, was sie wirklich brauchen. Deshalb ist reines Fragen aus einer Usability-Sicht nahezu unbrauchbar; man muss die Leute beobachten, was sie mit dem Produkt machen und wie sie es nutzen. Prototyping hilft hier, schnell und günstig Versionen eines Produktes erlebbar zu machen und die Kunden bei der Interaktion damit beobachten zu können.

Es ist wie am Buffet beim All-Inclusive-Urlaub. Es gibt sehr viel gutes Essen und du hast großen Hunger. Natürlich endest du mit einem großen Teller voller toller Sachen an deinem Tisch. Nachdem du dich am Tisch hingesezt hast, wird dir schlagartig klar, dass du das niemals alles essen kannst.

Es ist oft nicht möglich zu erkennen, was für ein Monster von Produkt man kreiert – bis es jemand benutzt.

Gibt man einer Testperson drei Prototypen von unterschiedlicher Komplexität und fragt sie, welchen davon sie wählen würde, entscheiden sich über 60% für den mit den meisten Features. Wenn man dann der Testperson die Möglichkeit gibt das Produkt mit den 25 Features zu personalisieren, verhalten sie sich wie Kinder im Süßigkeiten-Laden. Sie passen durchschnittlich 20 Features ihren Anforderungen an. Aber, wenn sie anfangen das Produkt zu nutzen, setzt sehr schnell die Feature-Müdigkeit ein. Sie werden frustriert aufgrund der Fülle der Möglichkeiten und Optionen aus denen sie wählen „müssen“ und enden schlussendlich bei einem viel einfacheren Produkt.

Aufgabe A

Zeichne deinen Bildschirm (Laptop/PC/Handy/Tablet) mit weißem Papier und Bleistift in 10 Min. ab.

Aufgabe B

Nimm dir 15 Min. Zeit. Skizziere eine deiner Ideen in 5 Min. Geh in die Cafeteria uns bespreche die Idee in 5 Min. mit einer Person. Bedank dich bei der Person für ihre Zeit und gehe wieder. Notiere 5 Min. lange selber alle Infos, die du bekommen hast in zwei Kategorien. «grünes Feedback» = alles Positive das du gehört hast. «rotes Feedback» = alles, was die Person anders machen würde und/oder nicht verstanden hat.

Aufgabe C

Nimm dir 20 min Zeit. Thema «Wie sieht dein perfektes Wochenende für deinen Kollegen aus?»
Erstelle 20 Hypothesen. Sortiere die Hypothesen in ein Raster aus: wichtig für den Erfolg / weniger wichtig für den Erfolg & einfach zu testen / schwer zu testen. Wähle eine Hypothese aus dem Quadranten einfach zu testen & wichtig für den Erfolg. Überlege dir einen Test mit dem du genau diese Hypothese überprüfen könntest, ohne deinen Kollegen einfach platt zu fragen.

Warum Aufgabe C

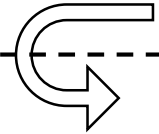
Nicht für jede Fragestellung ist ein Prototypen-Test die richtige Methode, um Antworten zu bekommen. Prototypen sollte man nur für die Hypothesen einsetzen, die einfach zu testen und wichtig für den Erfolg sind. In diesem Feld liefern sie mit wenig Aufwand und geringen Kosten schnelle und aussagekräftige Antworten.

Warum Aufgabe B

Du erlebst, wie viele Inputs du in 15 Min. schon bekommen kannst. Erlebe, wie wichtig und erfrischend es ist, wenn du dich nicht nur auf das negative sondern auch auf das positive Feedback stützt. Schäle die positiven Dinge aus deinem Prototypen heraus. Du erlebst, wie gerne andere Menschen dir Feedback geben. Du musst sie nur fragen.

Warum Aufgabe A

Fokussiere dich auf die wichtigsten Elemente. Was braucht es unbedingt? Was kann man weglassen. Ab wann funktioniert eine Skizze?



Intranet

<https://intranet/pages/viewpage.action?pagelid=96999382>

Wer hat das Modul schon angewandt?

<https://intranet/display/NSM/Einsatz+des+Moduls>

TestCase VABINGO

<https://intranet/display/NSM/TestCase+Vabingo>

Wer kann mir weiterhelfen in der Aduno Gruppe?

Isabella Gyr

Wer sich aus der Aduno Gruppe sicher in diesem Thema fühlt darf mir gerne seinen Namen sagen und ich ergänze ihn hier. Danke.

Wer kann mir weiterhelfen außerhalb der Aduno Gruppe?

- Innoveto
<http://www.innoveto.com/> (Nick Moor verlangen und von Julia grüßen)
- HeyNew
<http://heynew.ch/> (Ivan Mele verlangen und von Isabella grüßen)
- Apps with Love
<http://appswithlove.com/> (Milena Rutz verlangen und von Julia grüßen)

Die Teilnehmer kennen und verstehen das Prinzip «Build, Measure, Learn».

Ein Prototyp ist nur ein Hilfsmittel für mich, um etwas zu lernen.

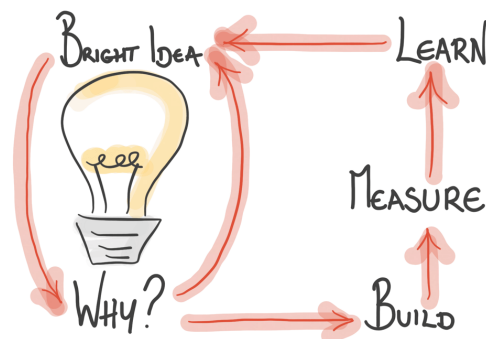
Ich überlege mir, was ich herausfinden möchte.

Ich baue ein Testobjekt. Ich führe den Test durch. Ich verarbeite das Gelernte und ich treffe eine Entscheidung, wie das Team weiter verfahren soll.

Die Teilnehmer trauen sich einfache Prototypen für komplexe Ideen zu bauen.

Wie motiviere ich die Kunden mehr und unterschiedlichere Dinge mit der Kreditkarte zu bezahlen. Am Hackathon entstand die Idee Vabingo

Die Teilnehmer üben den Prozess «Build, Measure, Learn».



Die Teilnehmer kennen die Stolpersteine.

Mein Prototyp liefert mir Informationen aber nicht genau zu dem Thema, über das ich Informationen benötige.

Ich verliebe mich in den Prototypen und feile bis zum letzten Detail daran herum.

Ich komme nicht in den Testmodus.

Ich muss offene Fragen stellen. Keine Fragen, die man mit Ja oder Nein beantworten kann. Man will an das Wissen der Personen herankommen. Die Teilnehmer wissen, wo sie Vorlagen und Hilfestellungen bekommen.

Die Teilnehmer können Hypothesen aufstellen.

Welche Fragen sind alle unbeantwortet?

Man kann sie den Gruppen „einfach zu beantworten / schwer zu beantworten“ und „wichtig für den Erfolg des Produktes / nett zu wissen“ zuordnen.

Die Aufgaben, die einfach zu testen und sehr wichtig für den Erfolg des Produktes sind, sollte man zuerst testen.

Die Teilnehmer können kleine Experimente gestalten.

Wie veränderte ich meine Limite in Viseca One?

Wann nutzen die Kunden Masterpass?

Was erwarten die verschiedene Kunden auf dem Merchant Portal?