

Die Moderationsmethode.

Der Workshop zielt darauf ab zusammen mit dem Kunden rauszufinden, wo es in seinem Unternehmen Ansatzpunkte für Mashups, Gadgets oder Widgets gibt.

Dazu ist es wichtig die Abläufe und den Informationsfluss innerhalb des Unternehmen genau zu verstehen. Anhand der folgenden Methode kann man in einem ersten Gespräch zusammen mit dem Kunden erarbeiten ob ein das Unternehmen sich für den Einsatz von Mashups, Widgets oder Gadgets generell eignet und wo gegebenenfalls der richtige Ansatzpunkt wäre diese zu entwickeln und einzusetzen.

Alles beginnt mit einem Satz.

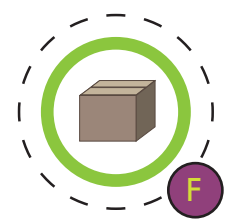
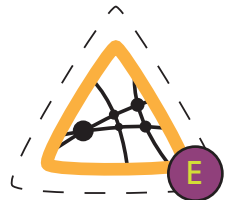
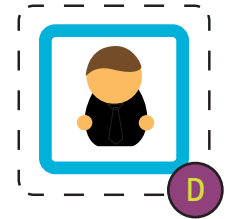
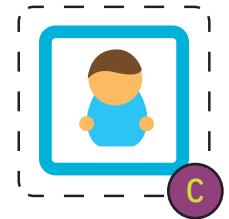
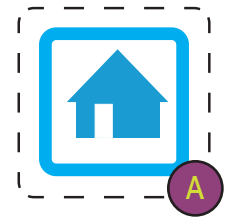
Zu Beginn des Workshops wird ein typischer Prozess im Bezug auf das Unternehmen ausgesucht wie z.B. „Kunde bucht online einen Flug bei Germanwings“.

Der Satz gliedert den Ablauf in drei verschiedene Komponenten. Teilnehmer A, Teilnehmer B und den Vorgang.

Auf Grundlage dieses Satzes werden nun genau die Prozesse analysiert die hinter diesem Vorgang stecken. Einige davon sind offensichtlich einige laufen aber im Hintergrund ab und ergeben sich nicht direkt. Damit man gemeinsam an dieser Aufgabe arbeiten kann und alles in einer einheitlichen Form festgehalten wird kommt eine grafische Notation zum Einsatz um die Prozesse zu visualisieren.

Dieses ähnelt einem gewöhnlichen Flowchart hat aber keine so vordefinierte Form und erlaubt so mehr Freiheiten. Dabei kommen Icons zum Einsatz die an einem Board oder ähnlichem befestigt und verschoben werden können solange bis der Prozess komplett erfasst ist.

Die zu Verfügung stehenden Symbole stehen dabei für die Firma (A), einen Kaufvorgang (B), einen Privatkunden (C), einen Firmenkunden (D), ein potenzielles Mashup (E), Warenverkehr (F), Informationen (G) oder Geld (H). In blau und quadratisch sind dabei Teilnehmer gehalten die zwei der drei Bereich darestellen. Zwischen diesen Teilnehmern können verschiedene Informationen oder Wertgegenstände fließen, die in grün und rund gehalten sind. Zusätzlich gibt es noch das dreieckige, orange Zeichen das an Stellen zum Einsatz kommt wo es denkbar wäre mit einem Mashup anzusetzen.



Bewertung.

Die Ergebnisse aus der Moderations gilt es in einem weiteren Schritt dann zu bewerten.

Dabei spielen verschiedene Faktoren eine Rolle. Die Idee aus dem ersten Schritt wird in vier verschiedenen Bereichen bewertet. Diese sind der Nutzen für das Unternehmen, der Nutzen für den Kunden, die Kriterien für die Schnittstellenauswahl und die Kriterien für die API Bereitstellung.

Zu diesen Bereichen gibt es jeweils mehrere Fragen, wie z.B. die Zeitersparnis als Faktor für den Kundennutzen, die mit Noten von 1 bis 5 bewertet werden können.

Dies ist ein klassisches Scoring-Modell, zugeschnitten auf die Ansprüche unseres Projektes und der Moderationsmethode. So können die Ergebnisse die gewonnen wurden miteinander in Vergleich gesetzt werden und direkt eine oder mehrere Optionen zur Weiterentwicklung hervorgehoben werden.

Bewertungsbogen MMP08
Widgets, Gadgets & Mashups

1. Kriterien für Mashup- Einsatz

I. Kriterien für Unternehmensnutzen

Imagefördernd: 1 2 3 4 5

Passend zur Unternehmensphilosophie: 1 2 3 4 5

Geringe Kosten: 1 2 3 4 5

Hoher Ertrag: 1 2 3 4 5

Kundenbindung: 1 2 3 4 5

Prozessoptimierung: 1 2 3 4 5

Umsatzsteigernd: 1 2 3 4 5

BEWERTUNG:

II. Kriterien für Kundennutzen

Zeitersparnis: 1 2 3 4 5

Informationsgehalt: 1 2 3 4 5

Informationsvielfalt: 1 2 3 4 5

Informationswert: 1 2 3 4 5

BEWERTUNG:

2. Kriterien für Schnittstellenauswahl

Offenheit: 1 2 3 4 5

Strukturiertheit der Daten: 1 2 3 4 5

Einfachheit: 1 2 3 4 5

Zuverlässigkeit: 1 2 3 4 5

Geringe Kosten: 1 2 3 4 5

Datenwert: 1 2 3 4 5

BEWERTUNG:

3. Kriterien für API-Bereitstellung

Absatzkanalerweiterung: 1 2 3 4 5

Unternehmensziel fördernd: 1 2 3 4 5

Passend zur Unternehmensphilosophie: 1 2 3 4 5

Geringe Kosten: 1 2 3 4 5

Hoher Ertrag: 1 2 3 4 5

BEWERTUNG:

Diese Modell wurde im Laufe des Projekts noch weiterentwickelt.

In der zweiten Version wurde einzelnen Fragen innerhalb der vier Kriterien noch eine individuelle Gewichtung geben. Mit einem Faktor von eins bis zehn konnte man deutlich machen, wie wichtig dieser Aspekt ist. Möchte ein Unternehmen beispielsweise unbedingt den Kundennutzen steigern und ist dafür bereit auch etwas mehr zu investieren ist der Faktor bei den Kosten relativ niedrig. Diese Zahl wird dann mit der jeweiligen Benotung multipliziert. So kann man das Bewertungsmodell präziser auf das Unternehmen zuschneiden.

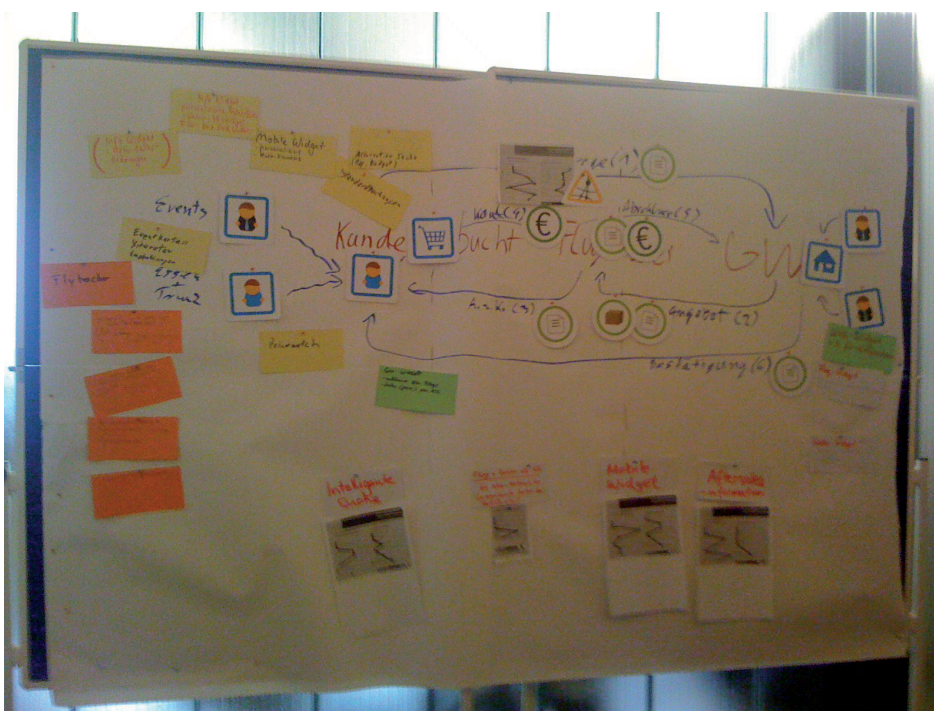


Abb: Beispiel einer Anwendung der Moderationsmethode bei der Firma Denkerwerk