

**Be Curious.
About Ideas.**

 **SKOPOS**



Ideen entstehen.

Ideen haben die Kraft, die Welt zu verändern und jedes Unternehmen wünscht sich eine Idee, die Nutzer begeistert, bindet und den Erfolg nachhaltig sichert. Henry Ford, Steve Jobs, Jeff Bezos oder Elon Musk. Mit einer Idee fing alles an.

Doch das Entstehen von Ideen ist, ebenso wie die Kreativität, deutlich prozessualer, als man denkt. Kreative Geister erstellen sich fixe Routinen, schaffen sich Freiraum und Zeit, weil sie wissen, dass Kreativität ein Prozess ist. Ebenso entstehen Ideen vor allem durch Interaktion mit anderen, mit einem Gegenstand oder einer Situation. Wir müssen inspiriert werden, um zu inspirieren.

Und was, wenn wir 500 Ideen gesammelt haben? Wir alle wissen, wir brauchen viele Ideen, um darin die Goldstücke zu finden. Nur auf die Goldstücke zu warten, wird nicht funktionieren. Wir müssen die guten von den weniger guten Ideen unterscheiden, priorisieren und eine Entscheidung treffen.

Durch unterschiedliche Experten in der SKOPOS Gruppe können wir im gesamten Prozess begleiten.

“If you want something new, you have to stop doing something old.”

Wir können unterstützen.



Ideen finden

In ganztägigen Workshops erarbeiten wir in einer kreativen Umgebung Ideen, Konzepte und betrachten sie im Kontext einer potenziellen Nutzung.

Auch im Rahmen einer Online Community können erste kreative Potenziale gehoben werden.

SKOPOS NOVA unterstützt mit Ideation Sprints, Design Sprints oder Co-Creation-Workshops!



Ideen prüfen

Was macht man mit „zu vielen“ Ideen? Wir befragen die Nutzer und analysieren die verschiedenen Ideen hinsichtlich Akzeptanz, Nutzungspotential und Verständnis.

Mithilfe von KANO-Analysen oder Panelty-Reward-Verfahren können wir über eine breite Basis an (potenziellen) Nutzern sagen, was funktionieren kann und was nicht.



Konzepte entwickeln

Sie haben erste Prototypen und Interaktionskonzepte erstellt und wollen wissen, ob Sie auf dem richtigen Weg sind? Perfekt!

Mithilfe von Usability-Tests oder UX-Analysen prüfen wir in kleinen Stichproben, ob die Entwicklung nutzerzentriert vonstattengeht.

Alle vier Wochen prüfen, ob wir noch auf dem richtigen Weg sind, ist agil und richtig.



Erfolge messen

Sie haben die ersten Produkte oder Konzepte bereits umgesetzt und möchten nun wissen, was die Ideen Ihnen gebracht haben?

SKOPOS CONNECT bietet mit einer hoch-automatisierten CX-Lösung Anhaltspunkte dafür, die Zufriedenheit der Kunden zu messen und in Korrelationen mit dem Umsatz zu betrachten.

Ideen finden.

SKOPOS NOVA arbeitet im Bereich UX Research & Design. Ideen sind quasi der Antrieb für die Entwicklung von Produkten, die den Nutzer beflügeln und begeistern kann.

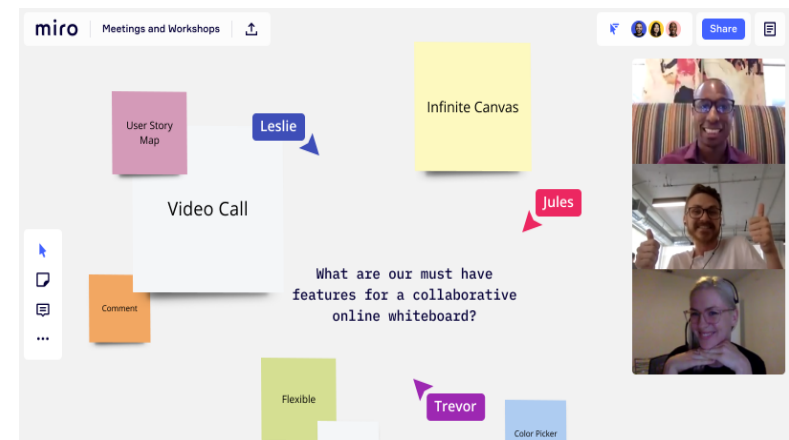
Aus diesem Grund können wir Sie in kreativer Umgebung, schnell und zielführend zu den Ideen bringen, die Ihre Nutzer als sinnvoll, begeisternd oder problemlösend bezeichnen. Die folgenden Techniken sind sowohl **persönlich** als auch völlig **remote** einsetzbar. Wie das funktionieren kann, lesen Sie [hier](#).

IDEATION SPRINTS

Ideation Sprints füllen *Customer Centricity* mit Leben. Wir bringen Ihre Kunden zunächst in einer Online Community, dann in einem Workshop zusammen und liefern somit ein Maximum an Ideen zur Weiterentwicklung Ihrer Produkte und Services.

DESIGN SPRINTS

Mit Design Sprints holen Sie Ihre Nutzer und Stakeholder an einen Tisch und erarbeiten gemeinsam Problemlösungen. In einem kreativen Umfeld und mit der Unterstützung unserer professionellen Moderatoren entstehen innerhalb weniger Tage geprüfte und validierte Prototypen.

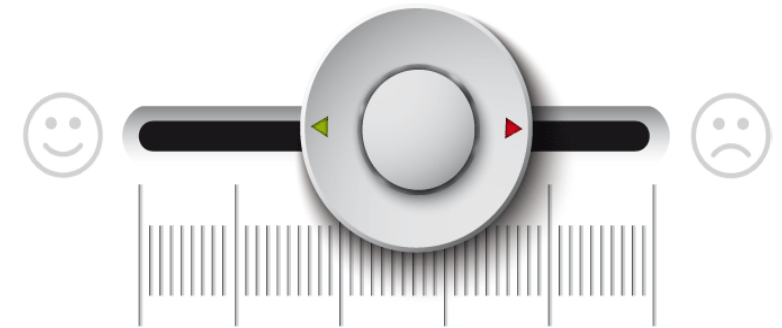


Ideen prüfen.

Irgendwann müssen wir die Entwicklung strategisch ausrichten. Daher stellt sich die Frage: Ist diese Idee wirklich massentauglich? Fühlt sich meine Zielgruppe angesprochen? Löst mein Ansatz ein verbreitetes Problem, oder besteht der Handlungsbedarf vielleicht in ganz anderen Bereichen?

SKOPOS setzt hier mit seiner Expertise in der klassischen Marktforschung an und liefert **quantitative** Erkenntnisse, die für eine fundierte Entscheidung wichtig sind. Unsere **Onlinebefragungen** erreichen auch spitze Zielgruppen und lassen sich durch den Einsatz vorgefertigter und validierter Fragensets kurzfristig und ökonomisch einsetzen.

Mithilfe **moderner Analyseverfahren** wie KANO oder Panelty-Reward-Verfahren wissen Sie in kürzester Zeit, welches Potenzial in einer Idee steckt und wie man diese noch verfeinern kann. Damit haben Sie die ideale Grundlage geschaffen, um in die Konzeptionsphase einzusteigen.



Konzepte entwickeln.

Nach der Entwicklung und Bewertung von Ideen gilt es, diese in ein Konzept zu übersetzen. Fachwissen von Designern und Ingenieuren ist hier unerlässlich, doch darf der eigentliche Nutzer nicht aus dem Fokus geraten: Wie stellt er sich das Endprodukt vor und wie erlebt er dessen Handhabung?

Usability- und UX-Tests von SKOPOS NOVA liefern Ihnen die nötigen Einblicke in die Welt Ihrer Kunden. Dabei geht es nicht nur darum, die Nutzung eines Produktes oder einer Anwendung möglichst effizient zu gestalten, sondern für begeisternde Momente beim Nutzer zu sorgen. Durch den Einsatz moderner Technik sind unsere Tests in vielen Fällen auch **remote** bzw. außerhalb künstlicher Testumgebungen durchführbar. Das spart Zeit, Kosten und bringt nicht zuletzt methodische Vorteile mit sich.

Durch Verfahren des **iterativen Prototypings** binden wir die Teilnehmer aktiv in die Gestaltung von Menüs, Oberflächen und anderer Produktfeatures mit ein. Ob Wireframe oder Click-Dummy: Wir unterstützen Sie bei allen Entwicklungsschritten, indem wir das Bindeglied zwischen Nutzern und Designern bilden.

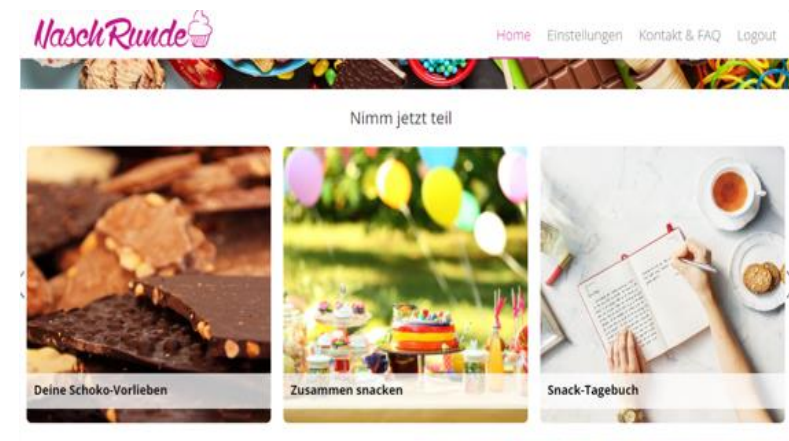


Erfolge messen.

Wie kommt mein neues Produkt tatsächlich in der Zielgruppe an? Empfehlen es meine Kunden weiter? Wo gibt es vielleicht noch Pain Points oder Verbesserungspotenzial? Diese Fragen sollte man sich nach dem Launch immer stellen, denn der iterative Prozess darf hier nicht aufhören.

Unsere Experten von SKOPOS CONNECT sind darauf spezialisiert, Sie mit Ihren Kunden in Kontakt zu bringen und kontinuierliches Feedback einzuholen. Unsere **CX-Lösungen** erfassen Zufriedenheit, Weiterempfehlungsbereitschaft und andere KPIs an unterschiedlichsten Punkten **der Customer Journey**.

Mit **Langzeit-Communities** oder **Kundenpanels** bleiben Sie mit Ihren Kunden langfristig im Austausch und können Veränderungen im Verhalten und in Einstellungen verfolgen. So lassen sich auch neue Denkanstöße für die nächste Entwicklungsphase gewinnen, womit sich der Kreislauf einer lernenden Organisation schließt.



Glückliche Kunden.



Haben wir Sie auf eine Idee gebracht?



Lukas Nosber

Key Account Manager

+49 (0)2233-9988-217

lukas.nosber@skopos.de