

FIT FÜR WORKSHOPS

Session 1: Mal ganz von vorne

Wofür brauchen wir Workshops?



Session 1:

Mal ganz von vorne

Wofür brauchen wir Workshops?

05.02

Session 2:

Schneller, Schneller!

Was sind Design Sprints?

12.02

Session 3:

Get Creative!

Mit Ideation Sprints sehr

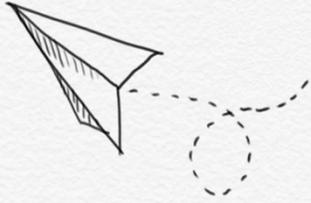
schnell zu neuen Ufern

19.02

"Ach, da machen wir noch 'n Workshop"



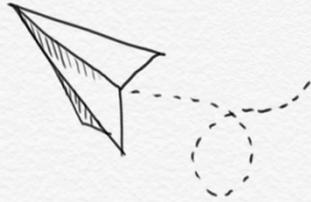
FOKUSGRUPPEN



VS

WORKSHOPS





FOKUSGRUPPEN

VS

WORKSHOPS

Meinungen, Erfahrungen

Diskussion

Feedback in der Gruppe

Erstes Brainstorming

=> ES WIRD DISKUTIERT

Zusammenarbeit

Ideen finden und ausgestalten

Kreative Konzepte

Iterative Prozesse

=> ES WIRD GEARBEITET.

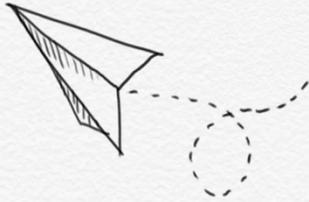
WORKSHOP

≙

Werkstatt, Arbeitsraum,
Arbeitskreis, Produktionsbetrieb



FOKUSGRUPPEN



8-10 Teilnehmer

90-120min Dauer

Moderator

Leitfaden

Spiegelwand

VS

WORKSHOPS

bis 20 Teilnehmer

bis 8h/Tag

2-3 Moderatoren

Kreative Räume

Leitfaden + Agenda

Improvisation

Eventplanung, Catering



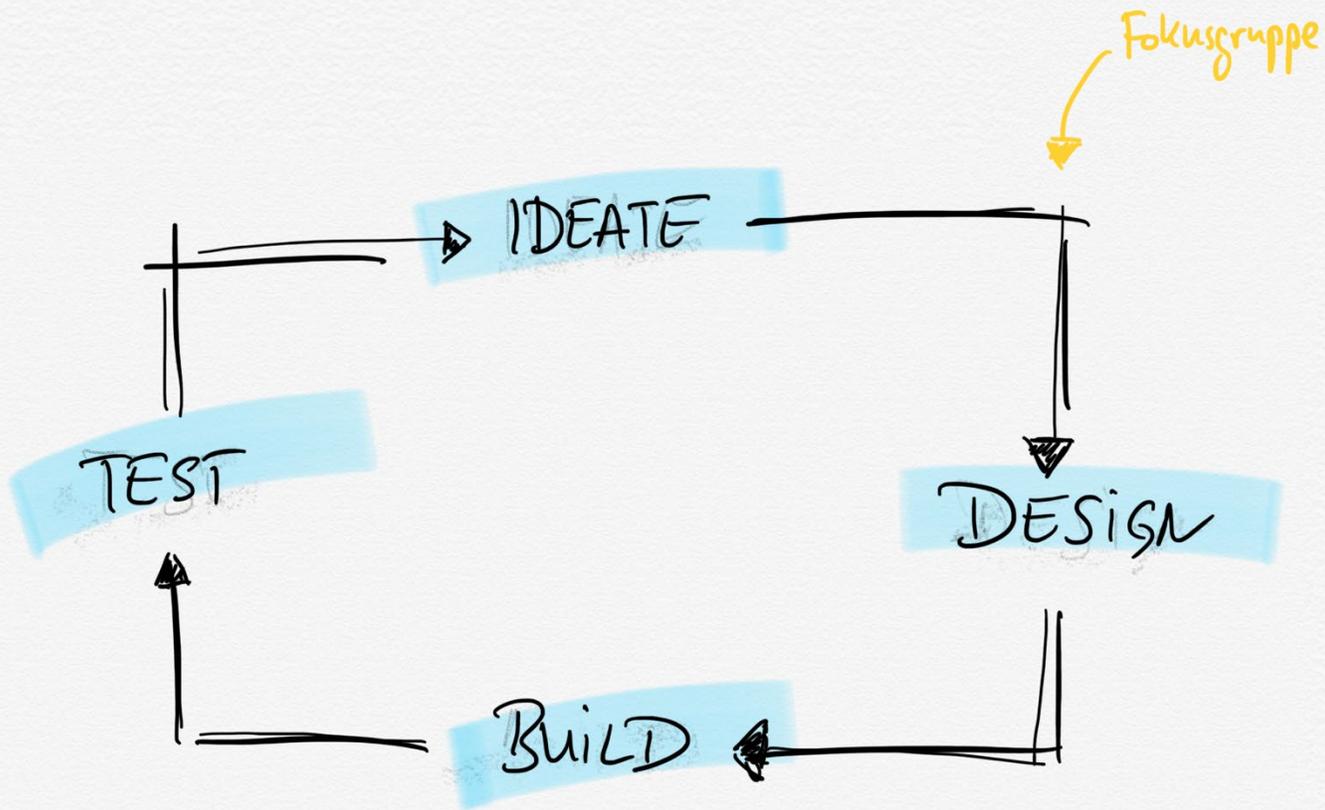
WORKSHOPS

AUSWAHL VON TEILNEHMERN

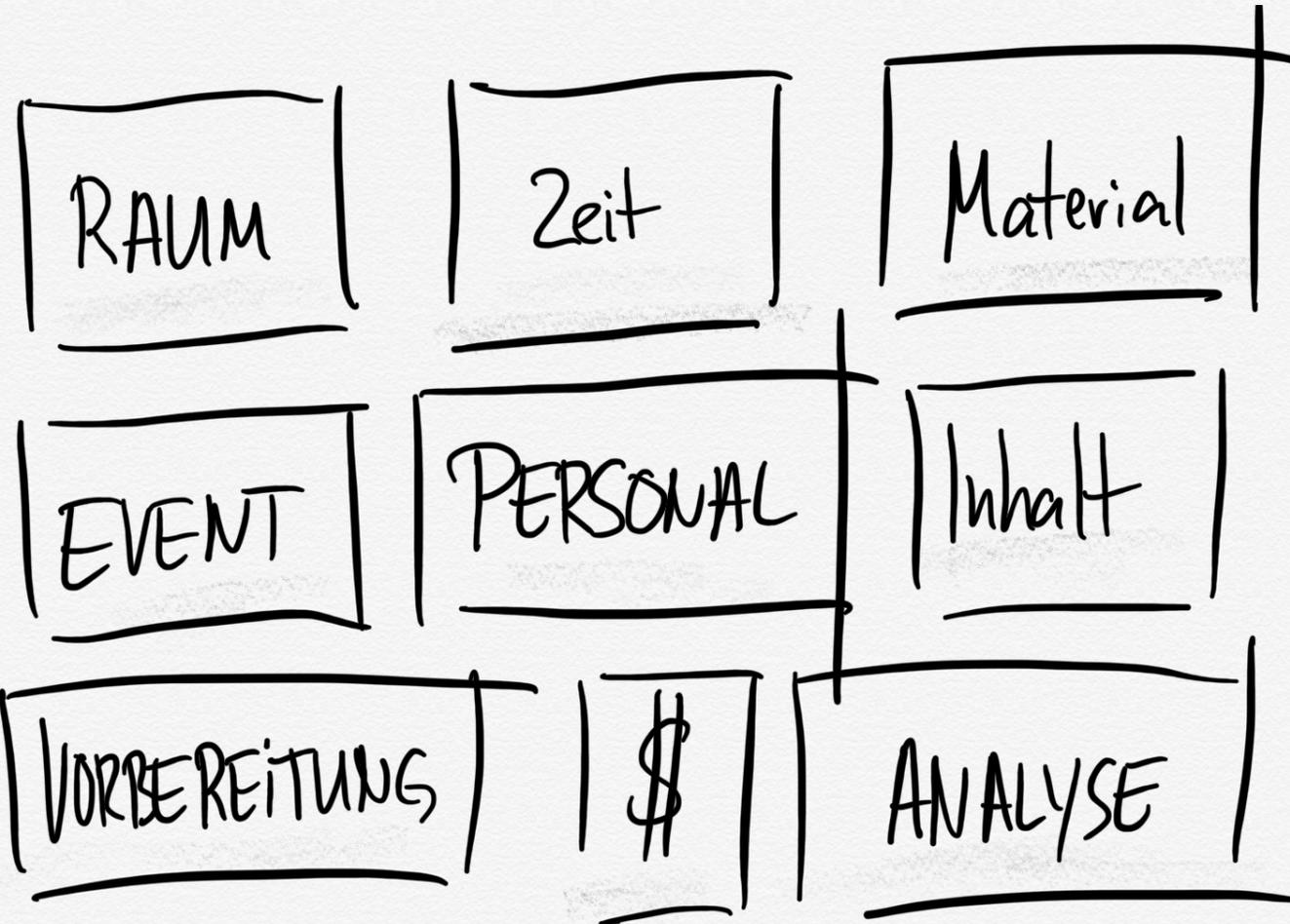
KOMPAKTE ZEITDAUER

INTENSIV AN EINEM THEMA ARBEITEND





- 1) Erarbeiten = Customer Journey
- 2) Ideen sammeln, bauen, testen, ...
- 3) Services + Produkte



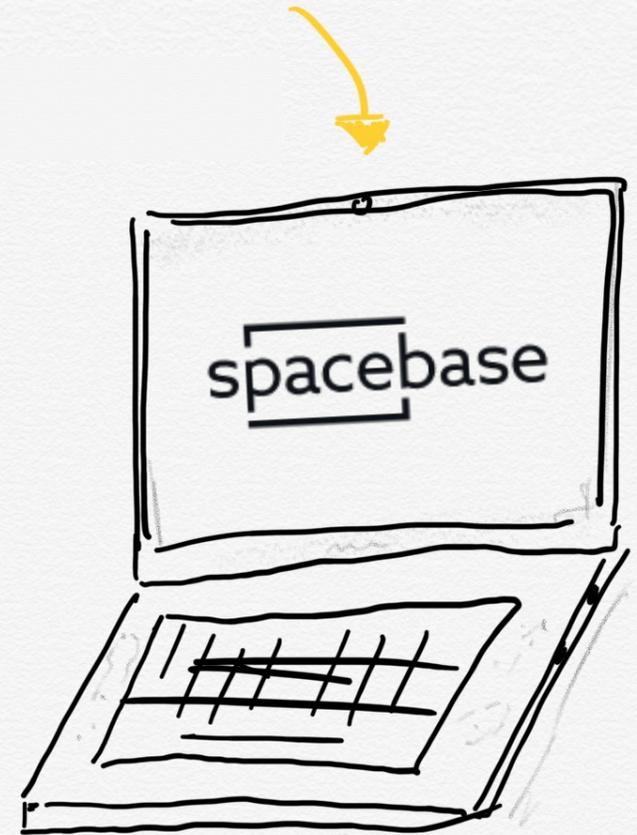
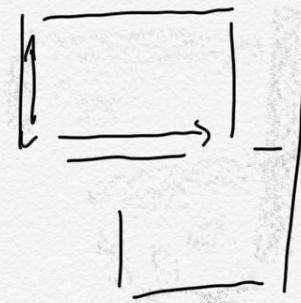
RAUM

KREATIVE RÄUME

MIND. 50m²

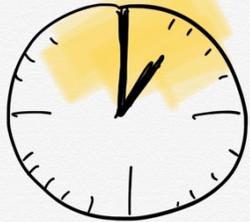
MEHRERE RÄUME

OFFEN, HELL, FREUNDLICH





Zeit



Ausreichend Zeit ... + 1h

Pausen einplanen (ca. alle 90min)

Zeit immer im Blick behalten (Uhr!)

Mit Deadlines arbeiten

Sichtbar machen



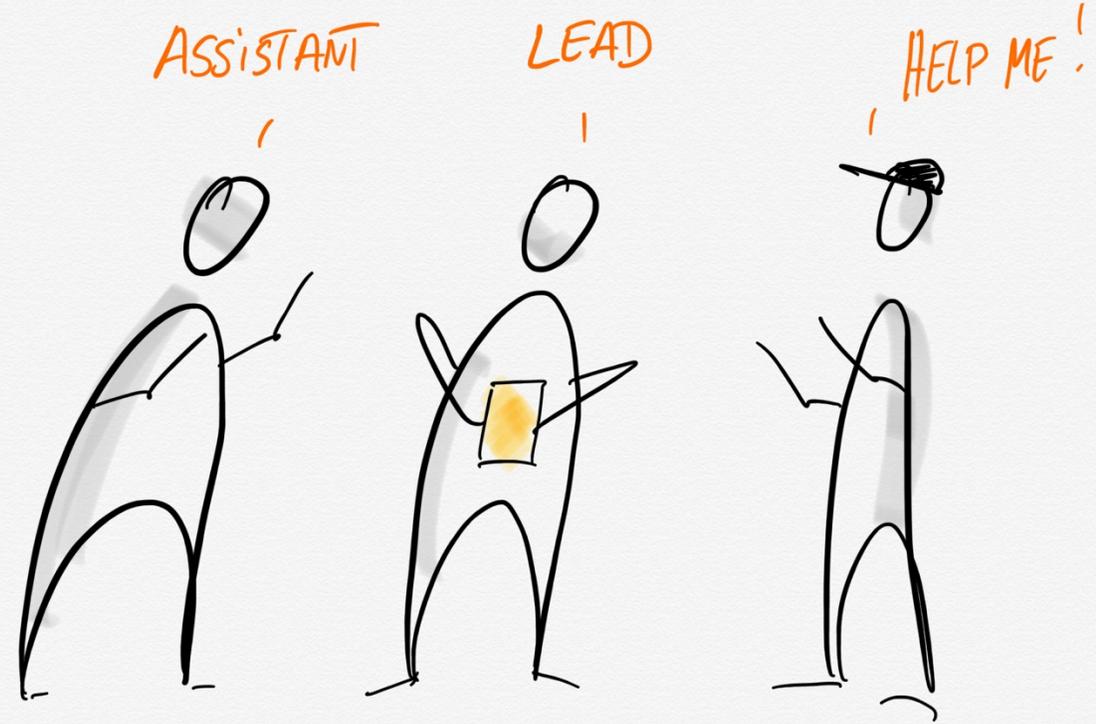
Material



- Post its (4 Farben, mittelgroß)
- Whiteboard Pens
- Klebepunkte
- Time Timer
- Box + Musik
- Flip Chart / Whiteboard / Brownpaper

- Lego
- Schnur
- Beamer
- Bastelmaterial
- ⋮

PERSONAL



VORBEREITUNG

Agenda und Leitfaden

Rollen verteilen (auch mit dem Kunden)

Reminder: Bilder und Videos

Fundament für Improvisation schaffen

Raum vorbereiten + kennen

Templates ?!



EVENT

Treat your workshop like an event!

☑ Welcome

☑ Catering

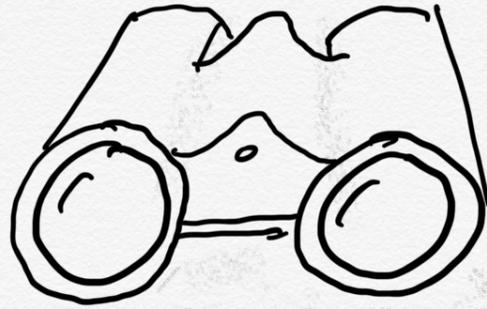
☑ Pauses

☑ Feel-Good Vibes

☑ TAKE PICTURES !!!



Inhalt



↓
exploratives
Vorgehen

↓
unterschiedliche
Methoden



Inhalt

AGENDA	
09-10	~ ~
10-11	~ ~ ~
11-12	~ ~ ~
12-13	~ ~ ~
13-14	~ ~ ~
14-15	~ ~ ~

10 ⁰⁰ - 10 ²⁰	Vorstellung, Agenda, Warm Up
10 ²⁰ - 10 ⁵⁰	Aufteilen in 2 Gruppen, Diskussion von Erfahrungen.
10 ⁵⁰ - 11 ¹⁰	Vorstellung der Ergebnisse
11 ¹⁰ - 11 ²⁰	Pause
11 ²⁰ - 12 ⁰⁰	Aufteilen in 3 Gruppen, Erarbeiten der Customer Journey
12 ⁰⁰ - 13 ⁰⁰	Mittagspause
13 ⁰⁰ - 13 ⁴⁵	Ideenfindung in 3 Gruppen
13 ⁴⁵ - 14 ⁰⁰	Vorstellen der Ideen, Priorisierung
14 ⁰⁰ - 14 ³⁰	Diskussion "eigener" Ideen
14 ³⁰ - 14 ⁴⁰	Ranking
14 ⁴⁰ - 14 ⁴⁵	Pause
14 ⁴⁵ - 16 ³⁰	2. Ideen-Runde in 2 Gruppen



- o Planen Sie etwas mehr Budget ein .
- o ABER ... Sie sparen auch sehr viel Zeit!



ANALYSE

- #1 Arbeit passiert im Workshop
- #2 Deuteger: Alles abknipsen!
- #3 Vorbeikommen, anschauen, mitmachen.



Session 2:

Schneller, Schneller!

Was sind Design Sprints?

12.02

Session 3:

Get Creative!

**Mit Ideation Sprints sehr
schnell zu neuen Ufern**

19.02

info@skopos-nova.de