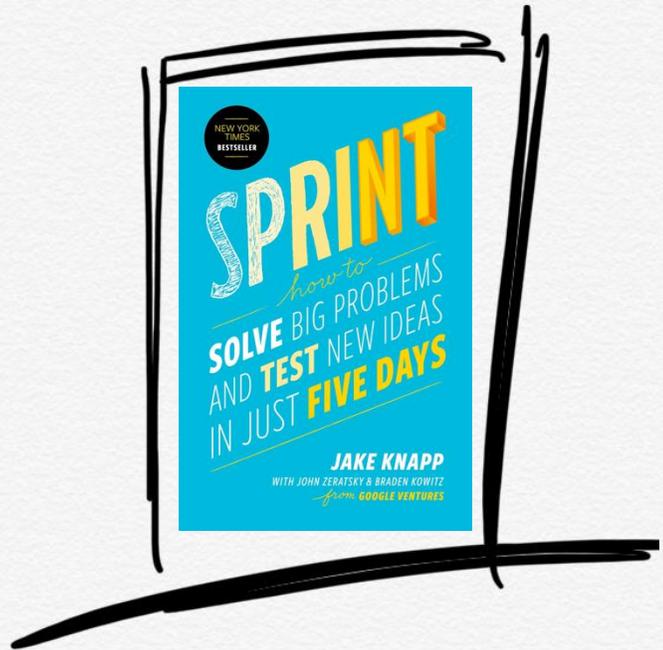


WORKSHOPS • Tipps und Tricks aus der UX-Praxis

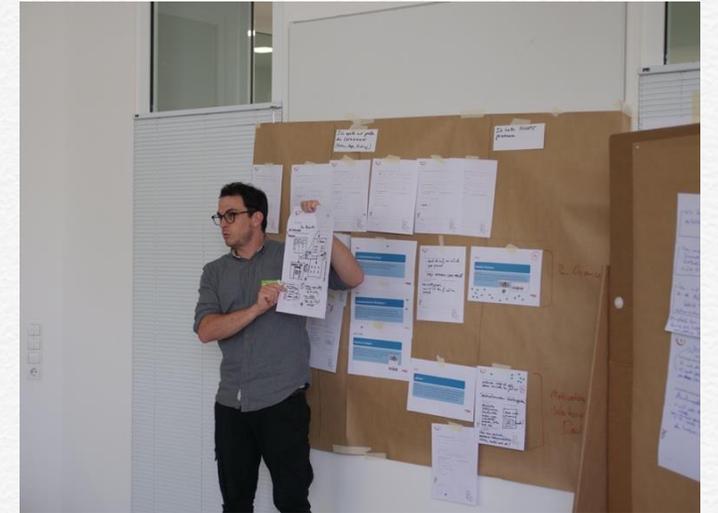
"Ach, da machen wir noch 'n Workshop"



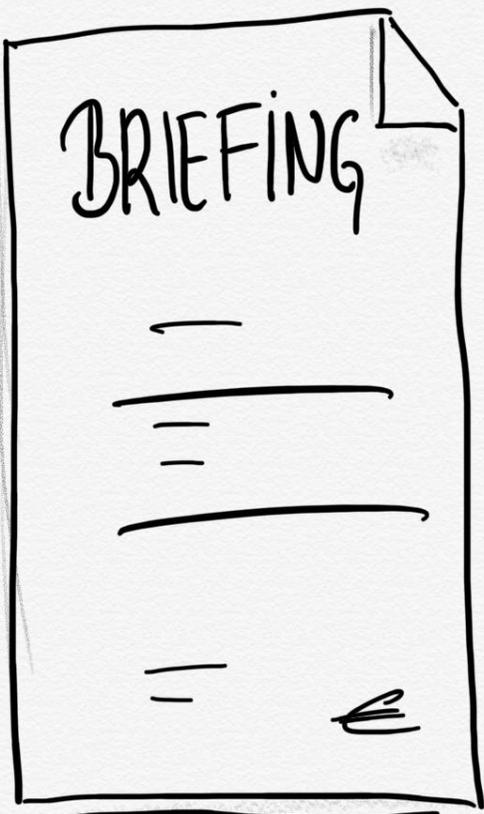


AJ&Smart





**Aktion**  
MENSCH



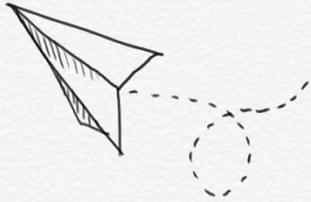
**WIR WOLLEN DIE MEINUNGEN BEI DIESEM PROJEKT EINMAL ERFASSEN UND DISKUTIEREN. WIR HATTEN UNS SO EINEN WORKSHOP VORGESTELLT. MIT 8 TEILNEHMERN, 120 MINUTEN UNGEFÄHR UND MIT EINWEGSPIEGEL.**

**WIR HABEN IMMER FOKUSGRUPPEN GEMACHT. DER LEITFADEN IST GLEICH GEBLIEBEN, ABER WIR DACHTEN DA EHER AN SO EINEN WORKSHOP.**

**BITTE PRÄSENTIEREN SIE DIE ERGEBNISSE IN EINEM WORKSHOP FORMAT.**



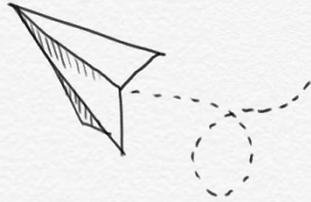
FOKUSGRUPPEN



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

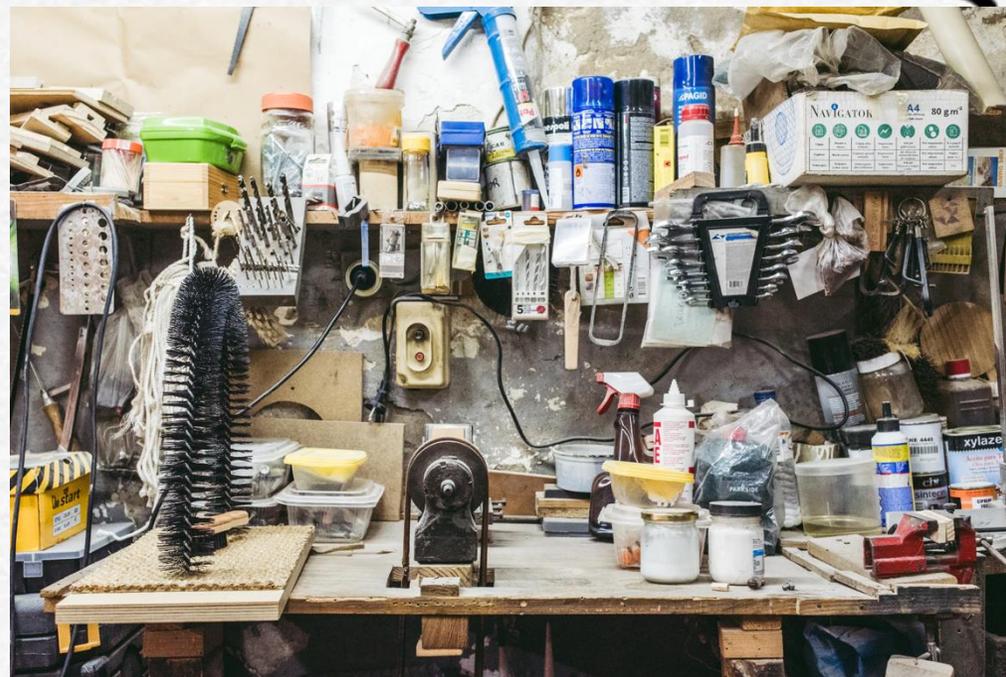
=> ES WIRD GEARBEITET.



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

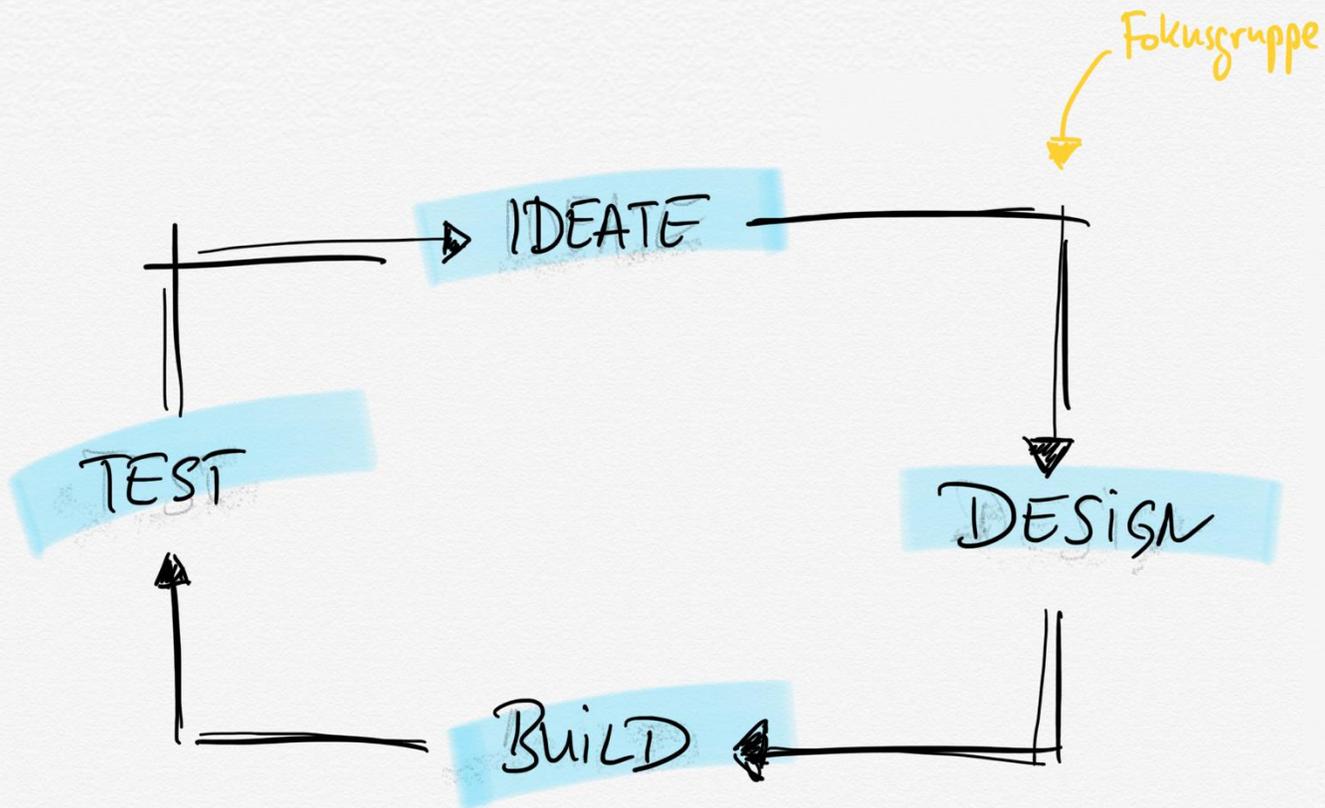


# WORKSHOPS

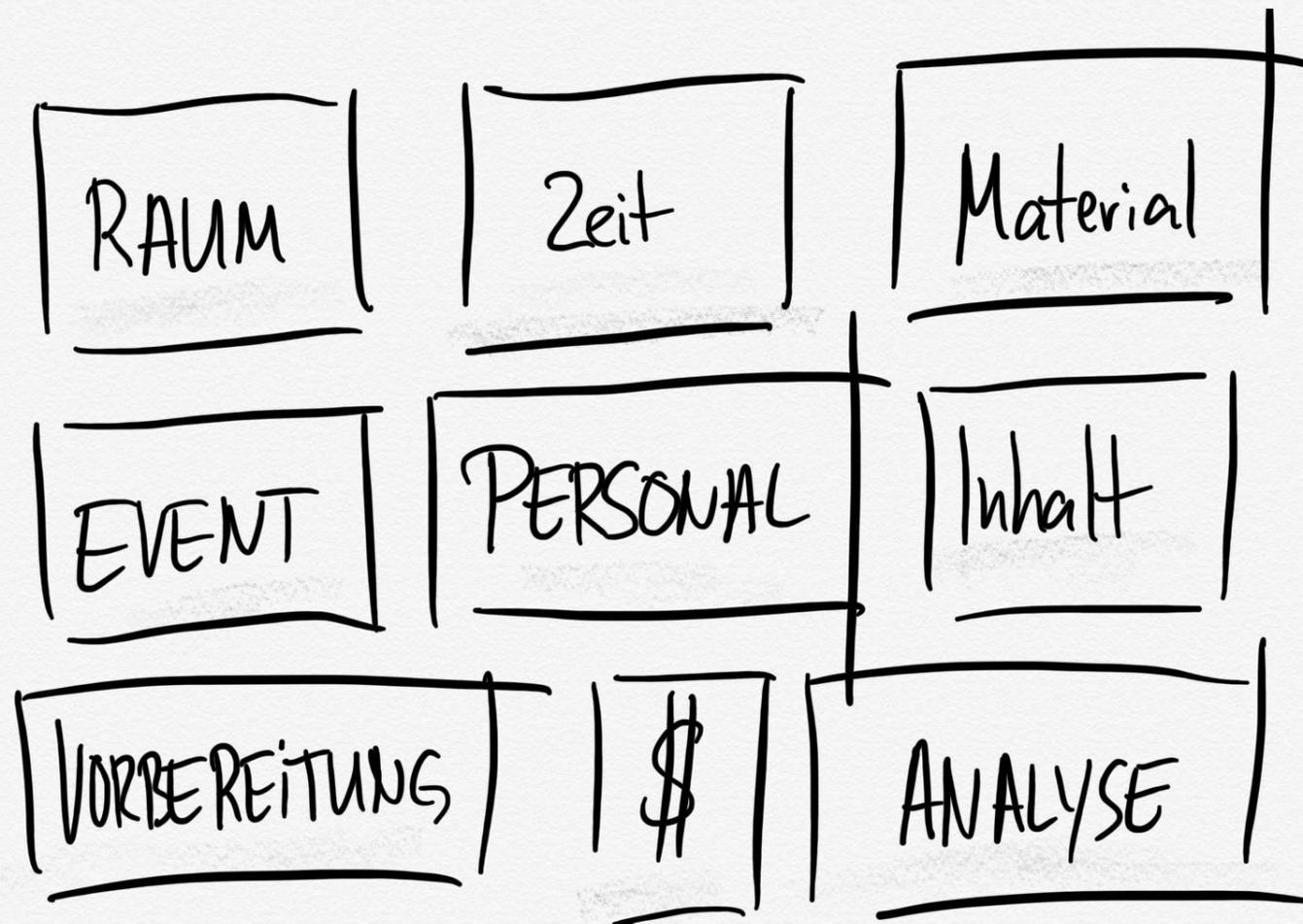
AUSWAHL VON TEILNEHMERN

KOMPAKTE ZEITDAUER

INTENSIV AN EINEM THEMA ARBEITEND



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





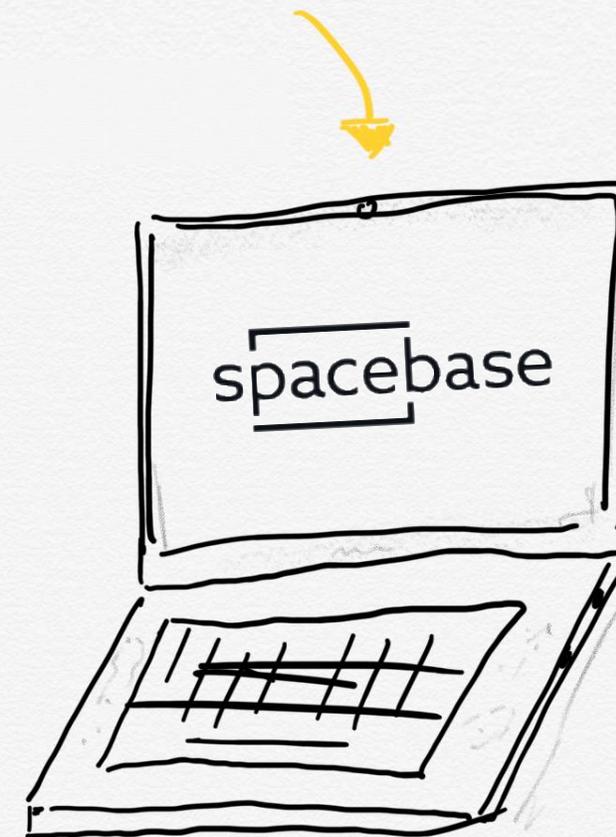
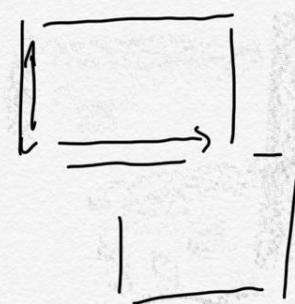
RAUM

KREATIVE RÄUME

MIND. 50m<sup>2</sup>

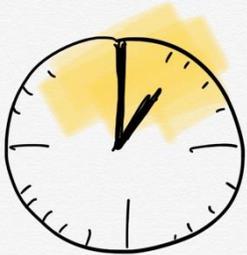
MEHRERE RÄUME

OFFEN, HELL, FREUNDLICH





Zeit



Ausreichend Zeit ... + 1h

Pausen einplanen (ca. alle 90min)

Zeit immer im Blick behalten (Uhr!)

Mit Deadlines arbeiten

Sichtbar machen



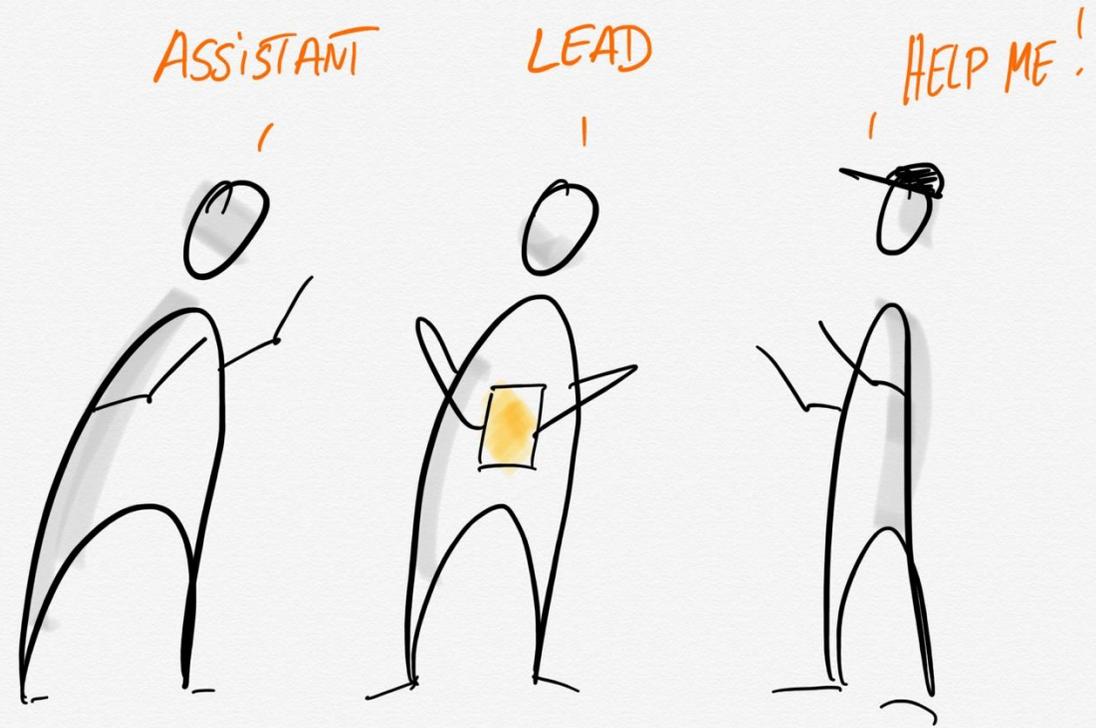
Material



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

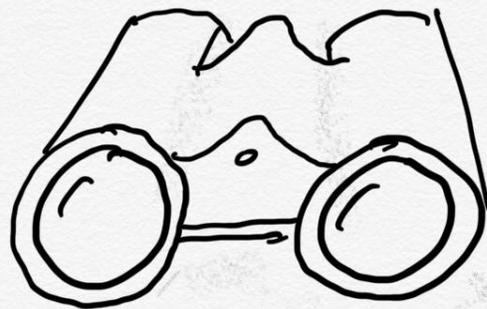
Pausen

Feel-Good Vibes

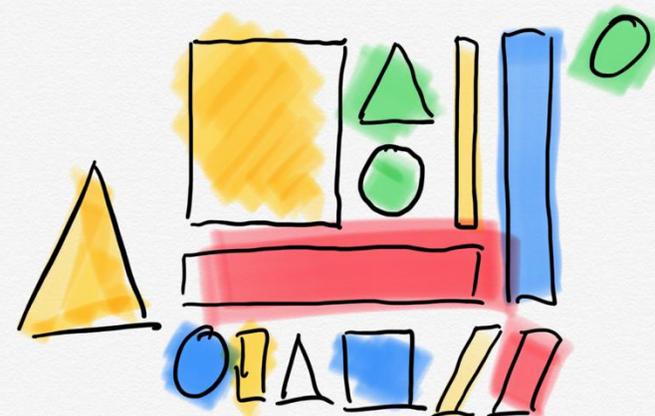
TAKE PICTURES !!!



Inhalt



↓  
exploratives  
Vorgehen



↓  
unterschiedliche  
Methoden

# Inhalt

AGENDA	
09 - 10	~ ~
10 - 11	~ ~ ~
11 - 12	~ ~ ~
12 - 13	~ ~ ~
13 - 14	~ ~ ~
14 - 15	~ ~ ~
15 - 16	~ ~ ~

**AKTION  
MENSCH**

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

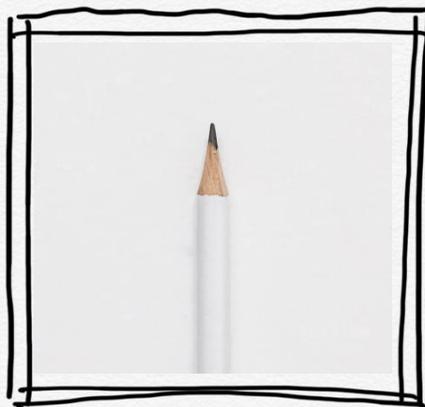


- o Planen Sie etwas mehr Budget ein .
- o ABER ... Sie sparen auch sehr viel Zeit!



# ANALYSE

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



VS





Danke!