

System Dynamics 3.0

- Aufstellungen im Kontext von Innovation und Marketing



Agenda

- Kurze Einführung
- System Dynamics 3.0 – was ist anders/gleich?
- Fallbeispiele
- Live Demo – Innovationsaufstellung
- Diskussion: Erfahrungsaustausch

Die Referentinnen

Silke Hillebrand

www.c3c3c3.de

- Beraterin
- Trainerin
- Coach

- Schwerpunkte:
 - Führungskräfteentwicklung & Führungskräftecoaching
 - Organisationsentwicklung
 - Innovationskultur
 - Ideation WorkshopsBranchenübergreifend,
Mittelstand und Großunternehmen

- Aktiv seit 2004
- Vorstand infosyon R&D

Marein Orre

www.apprend.de

- Beraterin
- Trainerin
- Coach

- Schwerpunkte:
 - Innovation, Marketing, Positionierung, Personal Coaching
 - Einzelunternehmer, Privatpersonen, Start-ups, internationale Firmen

Unsere Mission

Closing our Loop



Kundennutzen

- Schnelligkeit, Effizienz und Effektivität in der Überprüfung von Hypothesen
- Visualisierung von Ist-Zuständen und alternativen Zukunftsszenarien
- Nutzung vorhandener aber ‚unbewußter‘ Kenntnisse im Unternehmen
- Geringer finanzieller Aufwand
- Frühzeitige Evaluierung innovativer Ansätze und damit verbundene Kosteneinsparungen in der Entwicklung
- Kombinierbar mit anderen Innovationsmethoden (Prototyping, Ideation, Design Thinking, Business Model Canvas, Szenarioanalyse etc.)
- Reflektion und Diagnose von Alternativen
- Auslotung von Chancen und Risiken
- Evaluierung verschiedener Faktoren und Parameter



Erkenntnisgewinn für weitere Schritte

Gegenüberstellung

Organisationsaufstellung

- Lösungsfokus
- Personenbezogen
- Einzelschritte bleiben unkommentiert
- Meist keine Schlussinterpretation
- ‚Wirken lassen‘ läßt sich bei Entscheidern schwer verkaufen
- Wenig Nachvollziehbarkeit für Klienten
- Einbindung in Beratungsprozess
- Vertrauen von Unternehmen aufbauen ist herausfordernd
- Oft sind beteiligte Personen anwesend oder nicht anwesend, Personenbezug kann Herausforderung sein
- Berührungspunkte durch Offenlegung durch Methode

Marketing/Innovationsaufstellung

- Erkenntnisorientiert
- Produkt/Prozessbezogen
- Experimenteller Charakter
- Testen von Alternativen
- Kombinierbar mit klassischen Beratungsmodellen, z.B. SWOT- oder Portfolio Analyse
- Kurzchecks per Aufstellung
- Einzelschritte werden protokollarisch festgehalten
- Abschließende Analyse des Prozesses, Interpretationen und Schlussfolgerungen
- Festlegung nächster Schritte
- Weitergehende Aufstellung von Teilprozessen möglich
- Einbindung in Strategieentwicklung (Marketing) oder in den Innovations-prozess
- Neutrales und produkt- oder kampagnebezogenes Thema ist weniger ‚politisch‘ und damit neutraler
- Problemlose Einbindung aller Beteiligten

Aufstellungen in der Wirtschaft

- Entmystifizierung des Konzepts Systemische Aufstellung
- Darstellung als Methode zum schnellen und oft überraschend klaren Erkenntnisgewinn
- Methode zur einfachen Visualisierung von Themen und damit zum besseren Verständnis von komplexen Zusammenhängen
- Methode zur Evaluierung von Handlungsalternativen
- Nutzenorientierung
- Alltagstaugliches selbstverständliches Tool
- Sinneswahrnehmungen in Entscheidungsfindungsprozesse integrieren
- Integration intuitiver Methoden in Entscheidungsfindungs- und Entwicklungsprozesse

Aufstellung als Ergänzung zur Positionierung im Marketing

- Unternehmen arbeiten bereits seit vielen Jahren mit visueller Darstellung im Rahmen der Positionierung von Produkten im Markt
- Die klassische Positionierung arbeitet mit quantitativen Messwerten
- Aufstellung ist eine andere Art der Positionierung
- Aufstellung ersetzt quantitative Parameter durch intuitive, emotionsbasierte Parameter
- Wiederholte Aufstellungen zum selben Thema ermöglichen eine Objektivierung der Ergebnisse

Anwendung im Marketing/Innovationsumfeld

- Intuition unterstützt rationale Entscheidungen
- Durchführung mit unternehmensinternen oder externen Teilnehmern (Preis, Aufwand, Geheimhaltung)
- 2 Berater zur Begleitung und Dokumentation des Prozesses
- Dokumentation des Aufstellungsprozesses durch schriftliche Aufzeichnungen, Audio, Film zur weiteren Verwendung im Unternehmen
- Vorgehensweise bei der Vor- und Nachbereitung der Aufstellung
- Marke und Produkt wird erleb- und erfahrbar – neuer und nachhaltiger Ansatz des Erkenntnisgewinns
- Alternative/Ergänzung zu Marktanalysen

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit



- Weitere Infos:
- www.c3c3c3.de, silke.hillebrand@c3c3c3.de
- www.apprend.de, orre@apprend.de