

25. und 26. Oktober 2022 | jeweils 9 - 17 Uhr

Die Zeiten des „Verwaltens“ von Marken sind vorbei. Neue Medien und Kommunikationsformen, die hohe Geschwindigkeit der digitalen Transformation und die Dynamik gesellschaftlicher Entwicklung hat zu einem immer lauterem Rufen nach „sinnstiftender Innovation“ für Marken als dauerhaftes Credo geführt. Dabei betrifft Innovation alle Bereiche des Markenerlebens, vom Produktdesign, über Servicedesign, bis zu digitalen Formen.

Design Thinking steht für einen agilen Innovationsprozess und Methodenbaukasten. In den letzten 10 Jahren hat diese Methode auch in Deutschland Dinge in Bewegung gebracht und unsere Perspektiven verändert. Sie ist aber noch nicht breit in den Marketingteams angekommen. Doch eines ist klar: auch das Marketing muss schneller und agiler werden. Design Thinking ist mehr als Methode oder Prozess, sondern fordert das tradierte Verständnis von Arbeiten in Projektteams heraus.

Was genau steckt dahinter? Wie macht man es?

In unserem Hands-on-Seminar gehen die Teilnehmer auf eine spannende Reise in einen neuen kollaborativen Arbeitsmodus. Dabei wird anhand einer konkreten Fragestellung gearbeitet und Design Thinking erklärt und vor allem erlebt. Mindestens zwei Coaches begleiten den Tag. Am Ende sollte jeder in der Lage sein, einen Design Thinking Sprint zu planen und durchzuführen. Dazu kommen Hinweise, wie man die Grundprinzipien des Design Thinking in der eigenen Marketingorganisation etablieren kann.

Ablauf der zwei Seminartage

- Gemeinsames Frühstück, Kennenlernen & Aufwärmen
- Essentials:
 - Was versteht man unter Design Thinking?
 - Wo kommt es her?
 - Was ist daran neu?
 - Wie unterscheidet es sich von herkömmlichen Verfahren?
 - Wo wird es eingesetzt?
 - Was sind die Grundprinzipien?
- Erleben und Durchlaufen des Design Thinking Baukastens anhand einer konkreten Frage aus dem Markenführungsalltag:
 - SCOPE: Kontext & Fragestellung genau verstehen
 - EMPATHY: In die Welt der Zielgruppe eintauchen
 - DEFINE: Die Innovation-Challenge aus Sicht der User definieren
 - IDEATE: Ideen und Lösungen generieren
 - PROTOTYPE: Ideen frühzeitig konkretisieren
 - TEST: Prototypen realitätsnah und iterativ testen und optimieren
- Projektbeispiele, Erfahrungen und Umsetzungstipps
- Feedbackrunde

Dr. Oliver Nickel

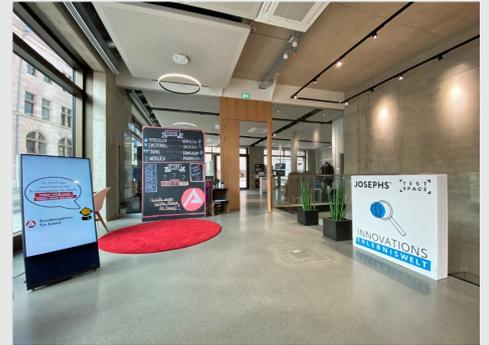
Managing Partner, SWELL
Professor für Innovationsmanagement, AMD

Ingrid Mücke

Freelance & Agiler Coach, SWELL

Location

JOSEPHS Innovationslabor
Augustinerstraße 19
90403 Nürnberg



Kontakt und Anmeldung

veranstaltung@markenverband.de
T. +49 30 206168-38
F. +49 30 206168-777

Hier geht es zur [Online-Anmeldung](#)

Kosten

895,- EUR

Hotelempfehlung

KARL AUGUST
Augustinerstraße 17
90403 Nürnberg
<https://karlaugust.de/>
Zimmer ab 114 EUR

Alle Preise verstehen sich rein netto zuzüglich der gesetzlich geltenden Mehrwertsteuer.

Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie sich mit unseren AGB und Datenschutzbestimmungen gemäß DSGVO einverstanden.