

Szenarien auf neuen Wegen:

Die POCO-App

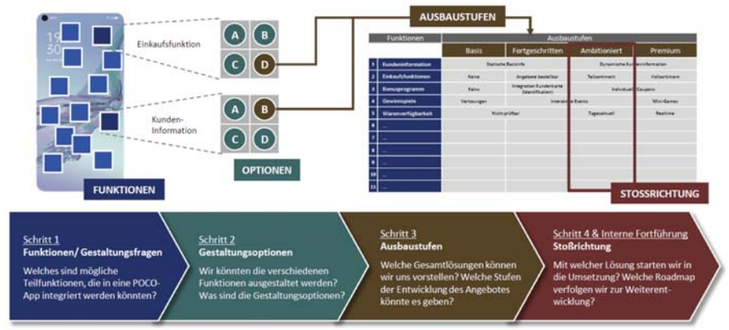
POCO App herunterladen

Wozu werden Szenarien eingesetzt? Natürlich, um Strategien zu bewerten oder zu entwickeln. Für neue Geschäftsmodelle. Und im Innovationsmanagement. Dass es noch weitere Einsatzmöglichkeiten gibt, zeigt der Prozess zur Entwicklung der Kunden-APP für die POCO Einrichtungsmärkte GmbH. Ganz schön appgefahren ...

2020 startete der Möbelhändler aus Bergkamen ein Projekt mit dem Ziel, sein Retail-Media-Portfolio um den Baustein einer eigenständigen Händler-App zu erweitern. Dabei wurde bereits in den frühen Phasen überdeutlich, dass dieses Thema eine hohe abteilungsübergreifende Relevanz besitzt und verschiedenste Vorstellungen und Begehrlichkeiten innerhalb der Organisation weckt. Der Erfolg eines solchen Vorhabens ist damit insbesondere davon abhängig, eine gemeinsam getragene Vorstellung und Erwartungshaltung hinsichtlich der Zielsetzung und der Funktionalitäten zu entwickeln. Kurzum, es bedarf einer abgestimmten Entwicklungs-Roadmap, welche die funktionalen Anforderungen und Ausbaustufen klar aufzeigt.

Auf dieser Grundlage starteten POCO und die ScMI AG ein gemeinsames Beratungsprojekt, dessen Ziel die Erarbeitung alternativer Realisierungsvarianten der mobilen Anwendung war. Aufbauend auf diesen Alternativszenarien sollte eine Entscheidung der Geschäftsführung ermöglicht und so der Grundstein für die technische Realisierung gelegt werden. Zur Erreichung dieser Ziele entwickelte die ScMI AG ein Vorgehensmodell, das sich eng an der Methodik der Szenario-Entwicklung orientiert, dieses jedoch um viele spezifische Methodenbausteine ergänzt. Das Vorgehen umfasste vier Schritte:

Schritt 1 – Funktionen/ Gestaltungsfaktoren: In einem ersten Schritt wurde nach möglichst vielfältigen Ideen gesucht, welche Funktionen eine App aus Sicht der Kunden, aber auch der internen Stakeholder, bieten könnte und welche grundlegenden Gestaltungsfragen sich darüber hinaus stellen. Eine bewusst sehr heterogene Gruppe aus verschiedensten Unternehmensbereichen widmete sich dieser Frage in einem Workshop. Ausgangspunkt der Betrachtung bildete hierfür die klare Definition der Zielstellung. So wurde zuerst klar herausgearbeitet, welche internen und kundenbezogenen Ziele mit der App verfolgt werden sollen. Hierauf aufbauend wurden mögliche Funktionen entlang der Customer Journey aus drei verschiedenen Perspektiven identifiziert. Während sich eine Gruppe primär auf die Analyse von Wettbewerbs-Apps fokussierte, betrachtete eine zweite Gruppe das Verhalten und die Wünsche verschiedener Kunden-Personas entlang des Einkaufsprozesses. Eine dritte Gruppe bediente sich ergänzend verschiedener Kreativitätstechniken, um auch unkonventionelle Antworten zu finden. Aus diesem Prozess entstanden ca. 250 Pinnwandkarten die zu insgesamt 76 Funktionsbereichen oder Gestaltungsfragen systematisiert wurden.



»Es war schon ungewöhnlich, Szenariodenken bei einer App-Entwicklung zu nutzen. Aber es hat nicht nur geklappt, es hat zu einer Roadmap geführt, mit der wir auch die zukünftigen Schritte im Blick behalten können.«

Sebastian Schrader
POCO Einrichtungsmärkte GmbH
Leitung/Prokurist Organisation

Schritt 2 – Gestaltungsoptionen: Im zweiten Schritt wurde kreativ über die verschiedenen Ausgestaltungsmöglichkeiten der 76 Funktionsbereiche nachgedacht. Diesen konnten in der Regel ausgehend von einer simplen Basislösung in Richtung anspruchsvollerer und komfortablerer Umsetzungsformen skaliert werden. So kann zum Beispiel die »Hilfefunktion« von einer simplen Textanleitung und FAQs bis hin zur Realisierung KI-basierter Avatare als persönliche Assistenten variiert werden. Diese Inhalte wurden in einem zweiten Workshop der Arbeitsgruppe entwickelt und mündeten in einen »App-Baukasten«, der unterschiedliche Umsetzungsvarianten für alle 76 Funktionsbereiche enthielt. In einem zweiten Teilschritt erfolgt dann die Bewertung der entwickelten Möglichkeiten aus Kundensicht. Grundlage hierfür war das Kano-Modell, welches den Grad der »Kundenbegeisterung« durch eine realisierte Funktion in Relation zur »Kunden-Enttäuschung« setzt, falls das entsprechende Element fehlt. Auf diese Weise können »Basisfunktionen«, die vom Kunden zwingend erwartet werden, von echten Begeisterungs- und Leistungsmerkmalen unterschieden werden, deren Realisierung eine Differenzierung ermöglicht. Mit Abschluss der Bewertung lag so ein priorisierter »App-Baukasten« zur Bildung von Realisierungsvarianten vor.

Schritt 3 – Ausbaustufen: Basierend auf dem „App-Baukasten“ erfolgte die Bildung alternativer Realisierungsvarianten. Ausgehend vom Kano-Modell konnten drei alternative Pfade aufgezeigt werden. So umfasste eine erste »Basisversion« alle grundlegenden Funktionen, die aus Kundensicht zwingend zu erfüllen sind, um eine Enttäuschung zu vermeiden. Parallel wurden zwei Ausbaustufen konstruiert. So umfasste eine Mittelvariante zahlreiche Begeisterungsmerkmal und eine »Premium«-Version alle Funktionen in ihrer bestmöglichen Ausprägung.

Schritt 4- Stoßrichtung: Die Konsensfindung zur Definition der finalen Anforderungen erfolgte im POCO-Führungskreis. Als Ausgangsbasis lagen hierfür die Profile aus Schritt 2 vor. Um die Orientierung an diesen simplen Varianten aufzubrechen und eine inhaltlich differenzierte und zielgruppengerechte Lösung zu ermöglichen, wurde in ersten Schritt eine Strategische Stoßrichtung (Leistungsprofil) entwickelt. Dieses ergab sich aus einer Priorisierung der Zielsetzungen aus Schritt 1 innerhalb des Führungskreises. Hierfür wurden die Zielsetzungen in fünf Kernkategorien gebündelt (siehe Bild 3). Für die 76 Funktionen wurde anschließend analysiert, welchen Beitrag diese zur Erreichung der jeweiligen Ziele leisten. In einem Abschlussworkshop konnten so gezielte Prioritäten auf die besondere Ausgestaltung der wesentlichen Funktionen gelegt werden, während andere Felder bewusst nur im Sinne einer hinreichenden Basisleistung ausgelegt wurden.
Als Resultat des Gesamtprozesses entstand so ein detaillierter Umsetzungsplan, welcher genau Aussagen zur funktionalen Ausgestaltung der insgesamt 76 Themenfelder trifft. Dieses Lastenheft diente als zentrales Element für die Ausschreibung der Entwicklungs-Leistung. Durch die genaue Beschreibung der Anforderungen konnte der Auswahlprozess einer geeigneten Agentur schnell und zielgerichtet erfolgen.

Nach Abschluss der Entwicklungsarbeiten war im Januar 2023 soweit. Die POCO-App erblickte das Licht der Öffentlichkeit und kann bereits nach wenigen Wochen mit überzeugenden Download-Zahlen aufwarten. Wir als ScMI sind stolz einen Teil dieses Weges mit begleitet zu haben und wünschen POCO sowie allen Kunden viel Freude an der Nutzung der neuen Plattform.



Nähere Informationen:

Jens-Peter Kuhle
+49 (0)5251 150 573
kuhle@scmi.de



Jonas Günther
+49 (0)5251 150 585
guenther@scmi.de

© ScMI Scenario Management International AG, Zukunftsmeile 2, 33102 Paderborn, E-Mail: info@scmi.de
Quelle: Jahresbericht 2022, www.scmi.de/images/downloads/dateien/scmi_jahresbericht-2022.pdf, Bilder: Adobe Stock