

Workshop

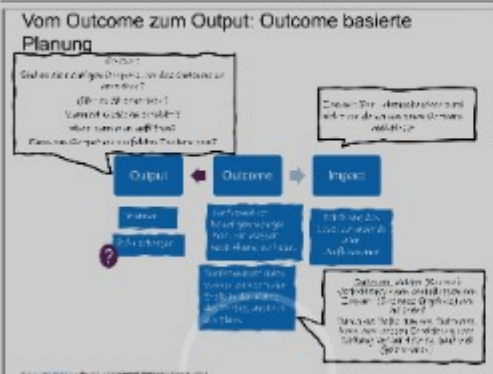
Outcomes sind
wichtiger als
Outputs -
Oliver Nachtrab

Outcomes sind wichtiger als Output

Warum das Kundenverhalten die Schlüsselmetrik für den Geschäftserfolg ist

nachtrab.io

Bitte gib mir am Ende des Workshops [Feedback!](#)



Outcome: Welche beeinflussen das Ergebnis am meisten?
 Was ist das gesamte Vorgehen, d.h. auch unter Berücksichtigung seines Budgets und der Wirtschaftlichkeit? ... denn das beeinflusst das Business-Objekt!

Natürlich wird der Lebenszustand nicht nur von der zentralen Wasserdampfabgabe, sondern von **wesentlichen** [http://www.OverOutput-PPT und meine Notizen.pdf](#)

Welche Outcome sind eher eher realisierbar für das Input?

Was sagt das erste agile Prinzip?

[https://www.agilealliance.com/agile101/12-principles-behind-the-agile-manifesto](#)
 "Our highest priority is to satisfy the customer through early and continuous delivery of valuable software."

Das sagt nicht nur für Software gilt, würde das Prinzip oftmals adaptiert.

Our highest priority is to satisfy the customer through **early and continuous delivery of value**.

Wenn ihr also Werte schaffen wollt und beginnt, klickt über Outcomes, also den Value oder Wert, zu sprechen, wobei ihr regelmäßig in komplexes Problem lauft.

Wie kann ich sicher sein, dass das was ich tun möchte auch wirklich Wert generiert?

Wie kann ich sicher sein, dass sich die gewünschte Verhaltensänderung ergibt?

Simple Antwort: Du kannst dir nicht immer sicher sein!

Da brauchen wir zusätzliches Werkzeug, dieses Werkzeug ist ein **Experiment**

Wie können wir sicher sein, dass sich der Lebenszustand der Dürreschwärze tatsächlich ändert?



Robert:

- Rundum gelungener Workshop
- schönes plastisches Beispiel mit dem Brunnen
- hoher Praxisbezug durch Themen der Teilnehmer
- Differenzierung zwischen Outcome und Impact war mir so nicht bewusst
- das Buch von Joshua Seiden ist nun auf meiner Leseliste - die Podcastfolge mit Josh im "Product Experience Workshop" kann ich empfehlen:
<https://www.mindtheproduct.com/outcomes-over-outputs-josh-seiden-on-the-product-experience-rebroadcast/>

Danke für Euer Feedback, bitte nutzt gerne auch den Link oben.

<https://www.linkedin.com/in/olivernacht/rab/detail/recent-activity/shares/>

für weitere Diskussion!

Coaching & Workshops: Produktmanagement
Interim-Management: C-Level, PM & Vertrieb

„Wenn du etwas erreichen willst, das du noch nie erreicht hast, dann musst du etwas tun, das du noch nie getan hast“

„Ich glaube, Produktmanagement muss bestehende Konventionen, festgefahrene Abläufe und Prozesse hinterfragen und oftmals damit brechen.“



Oli Nachtrab
nachtrab.io

nachtrab.io



Blog:
<https://nachtrab.io/blog/>

Power-Up (Newsletter):
<https://nachtrab.io>

Email:
oliver.nachtrab@namasas.com

Xing:
https://www.xing.com/profile/Oliver_Nachtrab

LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/in/olivernachtrab/>

Oli Nachtrab

Beispiele: Roadmap & Backlog Einträge



Beispiele Definition of done



Erfolgreich, falls...



Objectives

Mehr Uptime der LKWs

Eintrag 3

Eintrag 1

Be more efficient through our automated monitoring efforts

Dauer für Kunden
Driftanfrage
dramatisch
verkürzen

htt

Key Result

"Weniger liegen
bleiben" Null
pro Jahr

Eintrag 2

Eintrag 3

We measure success by the following Key Results:
1. In the last 5 automated monitoring runs the model has an accuracy (F1 score) not worse than a human level performance
2. The websites created by ... and ... is auto-monitored at least twice per day

C. Arwid, RÖbert,
Jenaniette
Joachim, Ann-
Kathrin,
Alexander

Impact

Unsere
Kunden
nutzen unsere
App
regelmäßiger

B

Größere
Besuchstiefe

A

Mitarbeiter
sollen interne
E-Learning
nutzen!

Längere
Verweildauer
in der App

Outcome

Eintrag 1

Eintrag 2

Eintrag 3

Output

Eintrag 1

Eintrag 2

Eintrag 3

Das Impact lautet: Mehr Mitarbeiter sollen internes E-Learning nutzen!

Gruppe
A

Outcome

Positive
Assoziation
mit der
Plattform

Interne Fortbildung
spiegelt sich im
Gehalt wieder

Förderung der
Intrinsischen
Motivation das
Angebot zu
nutzen

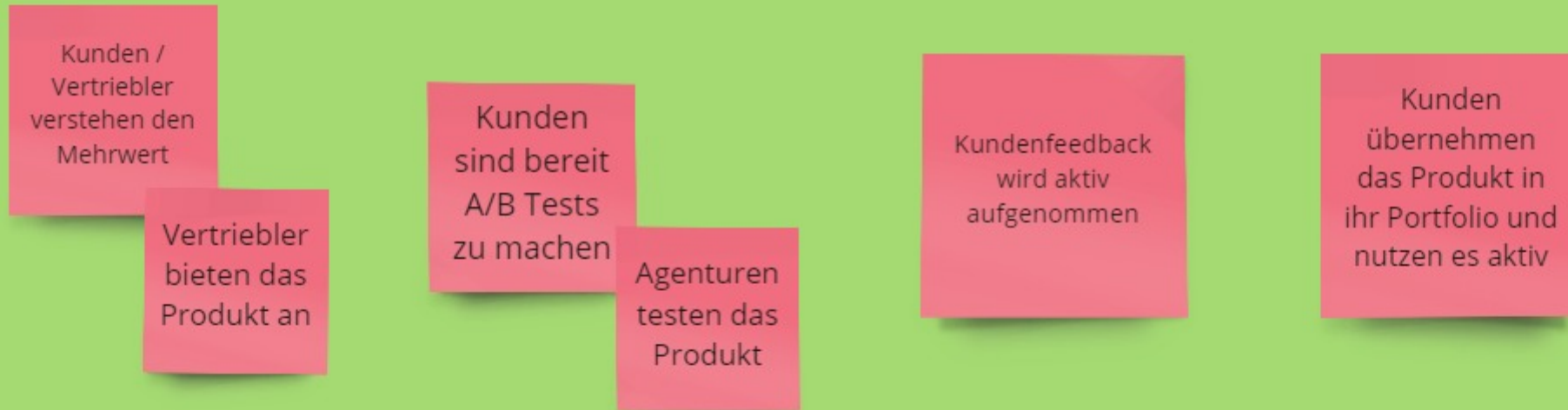
Inhalte sind
zielgerichteter
und attraktiver

Outcome: Eine Veränderung des menschlichen Verhaltens (des Users), die das Geschäftsergebnis positiv beeinflusst – eine „Wirkung“, die „Wert“ schafft“.

Das Impact lautet: Mehr Kunden adaptieren/nutzen das Produkt

Gruppe
B

Outcome



Outcome: Eine Veränderung des menschlichen Verhaltens (des Users), die das Geschäftsergebnis positiv beeinflusst – eine „Wirkung“, die „Wert“ schafft“.

Das Impact lautet: Mehr Kunden nutzen die App regelmäßiger

Outcome

10% der Nutzer öffnen die App täglich

10% der bestehende Nutzer nutzen die App 20% häufiger

Noch ca. 30 sec

Weiterempfehlungsrate steigt um 20%

Falls Rolf oder ich dazu kommen sollen bitte nachricht im Chat (Bei FRagen)

10 neue registrierte Nutzer pro Tag

Support weißt 20% der Kunden auf die App hin

Deinstallationsrate sinkt um 10%

Nutzerzufriedenheit wird um 20% erhöht/
Hemmgründe um 20% verringert

Outcome: Eine Veränderung des menschlichen Verhaltens (des Users), die das Geschäftsergebnis positiv beeinflusst – eine „Wirkung“, die „Wert“ schafft“.