



DIGITAL STUDIO

GEDANKEN BEIM AUFBAU
UND VORGEHEN

schwan cosmetics
TOMORROW'S BEAUTY. NOW.



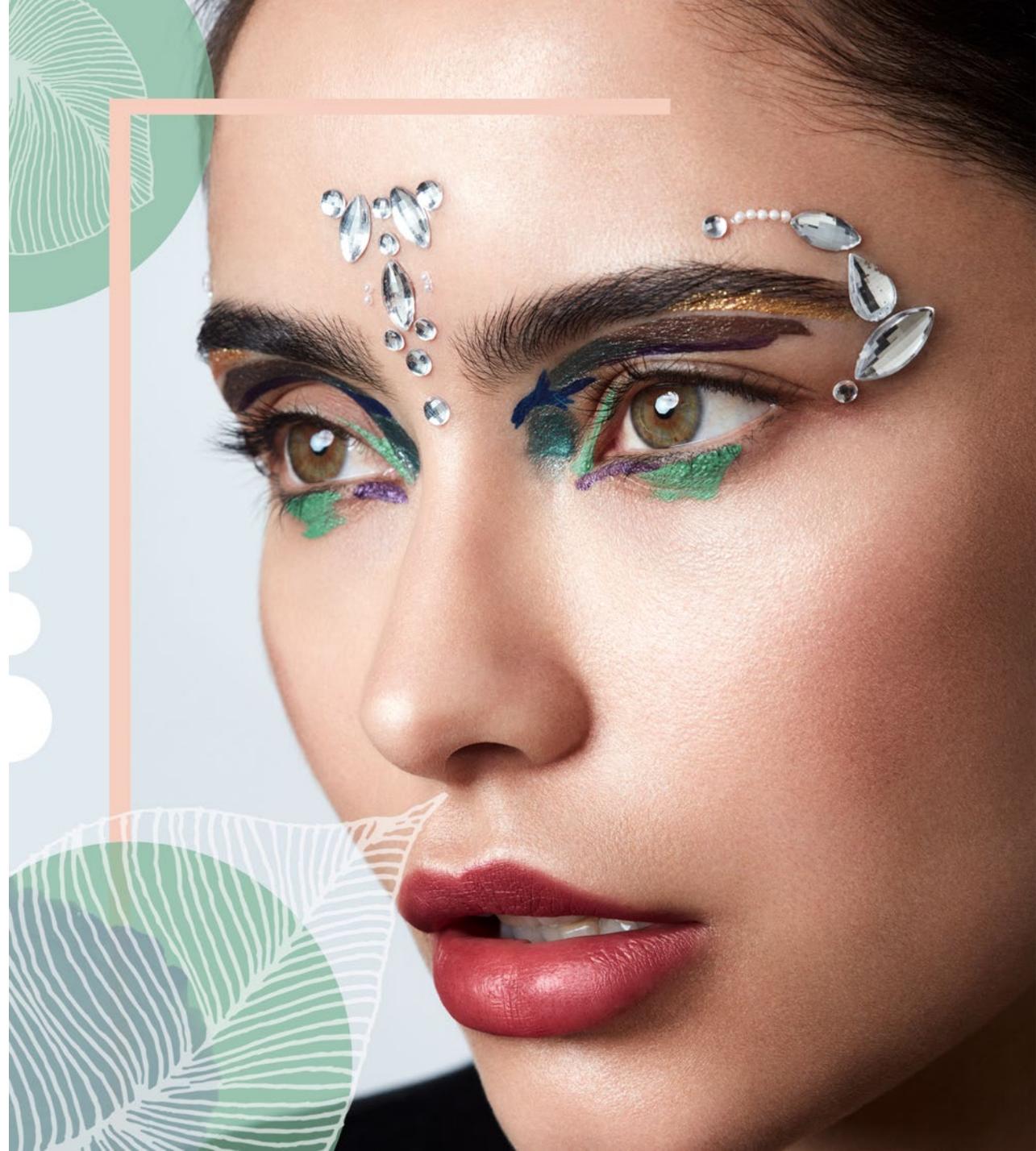
AGENDA

AUFBAU DER ABTEILUNG UND
PROZESSE



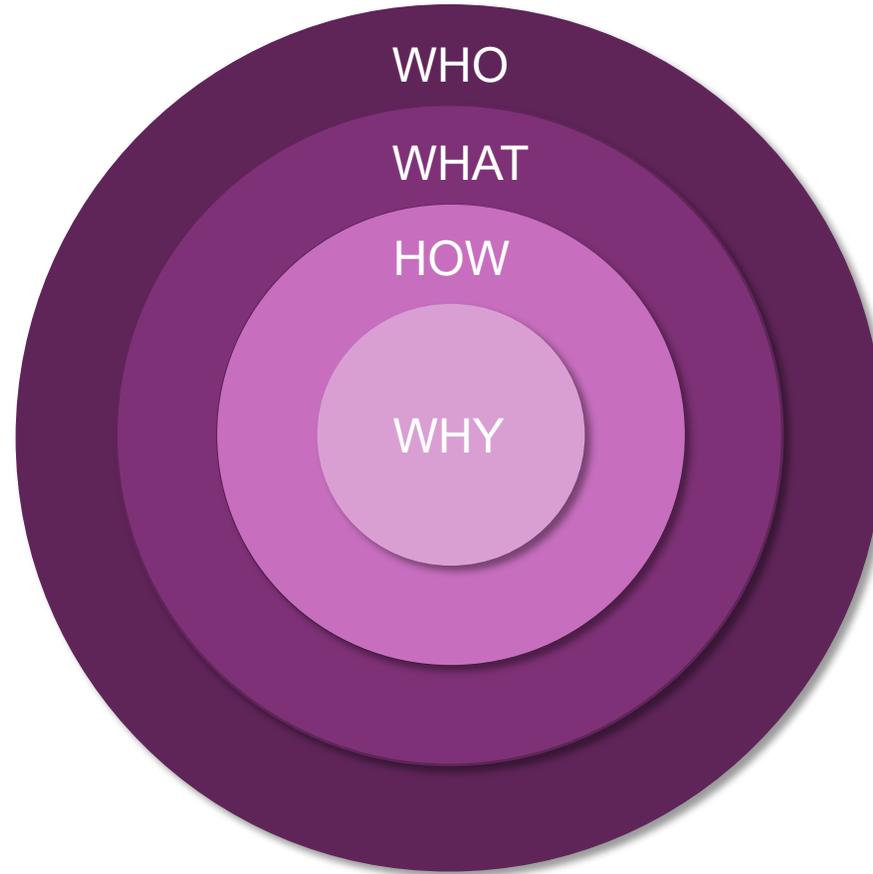
#ERFOLGSFAKTOREN

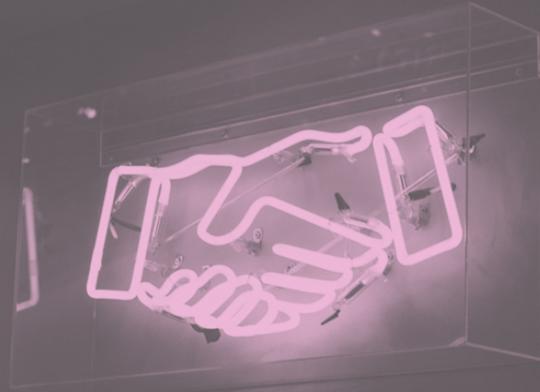
AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE





GOLDEN CIRCLE

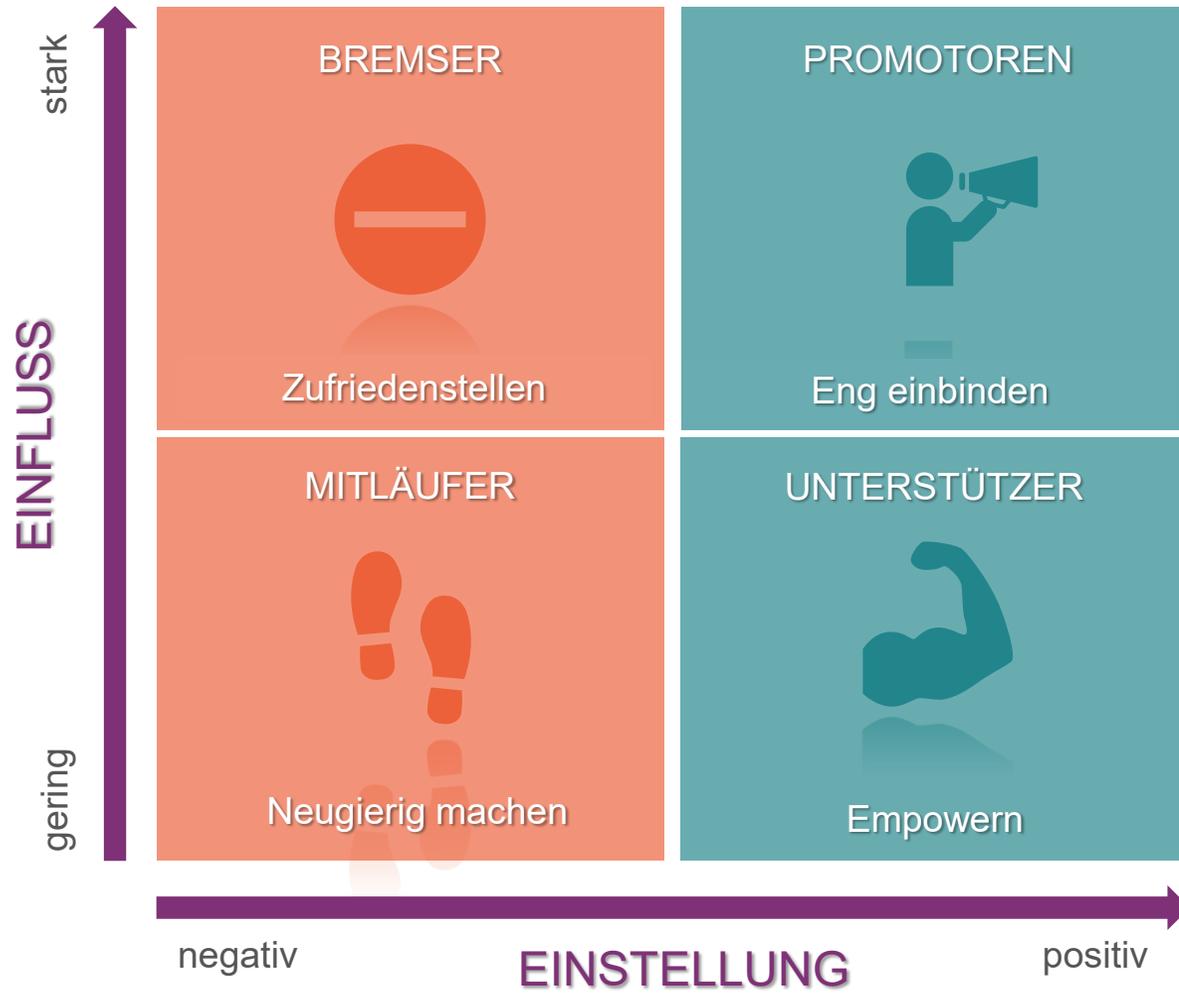




WER SIND DIE KEYPLAYER DIE
EINGEBUNDEN WERDEN MÜSSEN,
UM NACHHALTIG ERFOLGREICH
AGIEREN ZU KÖNNEN?



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE



Interne "Inventur"



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE

AKTIONEN

Themen identifizieren						
	Bewerten					
		Priorisieren				
			Entscheiden			
				Testen		
					Umsetzen	
						ÜBERGEBEN/ SKALIEREN



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE

Digital Studio Governance und Stage Gate Prozess

Wie wir Initiativen bewerten, prototypisieren und umsetzen.



Involvieren der Zielgruppe, Stakeholder und Partner entlang des Prozesses



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE

ROLLEN

SCHWERPUNKTE

VERANTWORTLICHKEITEN

Digital Board Member



Entscheidung



Themen vorschlagen, priorisieren, entscheiden, delegieren

Digital Studio Team



Exploration



Themen vorschlagen, explorieren, einschätzen, umsetzen

Fachbereiche



Domänenwissen



Themen vorschlagen, einschätzen, umsetzen, übernehmen

Partner



Technologiewissen



Themen vorschlagen, umsetzen, beraten



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE



DIGITAL BOARD

Führungskräfte

Klare Regeln

CEO als Promoter

Interdisziplinär und Crossfunctional

Teil von „etwas Besonderem“



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE

Ansprechpartner für interne und externe Kontakte

Jeder verantwortlich für einen Teil der Wertschöpfungskette
(Operations und Engineering, Sales und Marketing, Research und Development)

T-Shaped Team

Owner im Bereich der Exploration und Prototyping

Fail fast Mentalität

Anwenden von Methoden wie Lean Startup, Design Thinking.



DIGITAL STUDIO



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE



FACHBEREICHE

Owner im Bereich Domänenwissen

Verantwortlich für Betrieb und Ausbau
nach erster Implementierung



AUFBAU DER ABTEILUNG UND PROZESSE

Technologie-Knowhow

Erzählen einer gemeinsamen Story
(Beispiel SAP Cloud Platform)

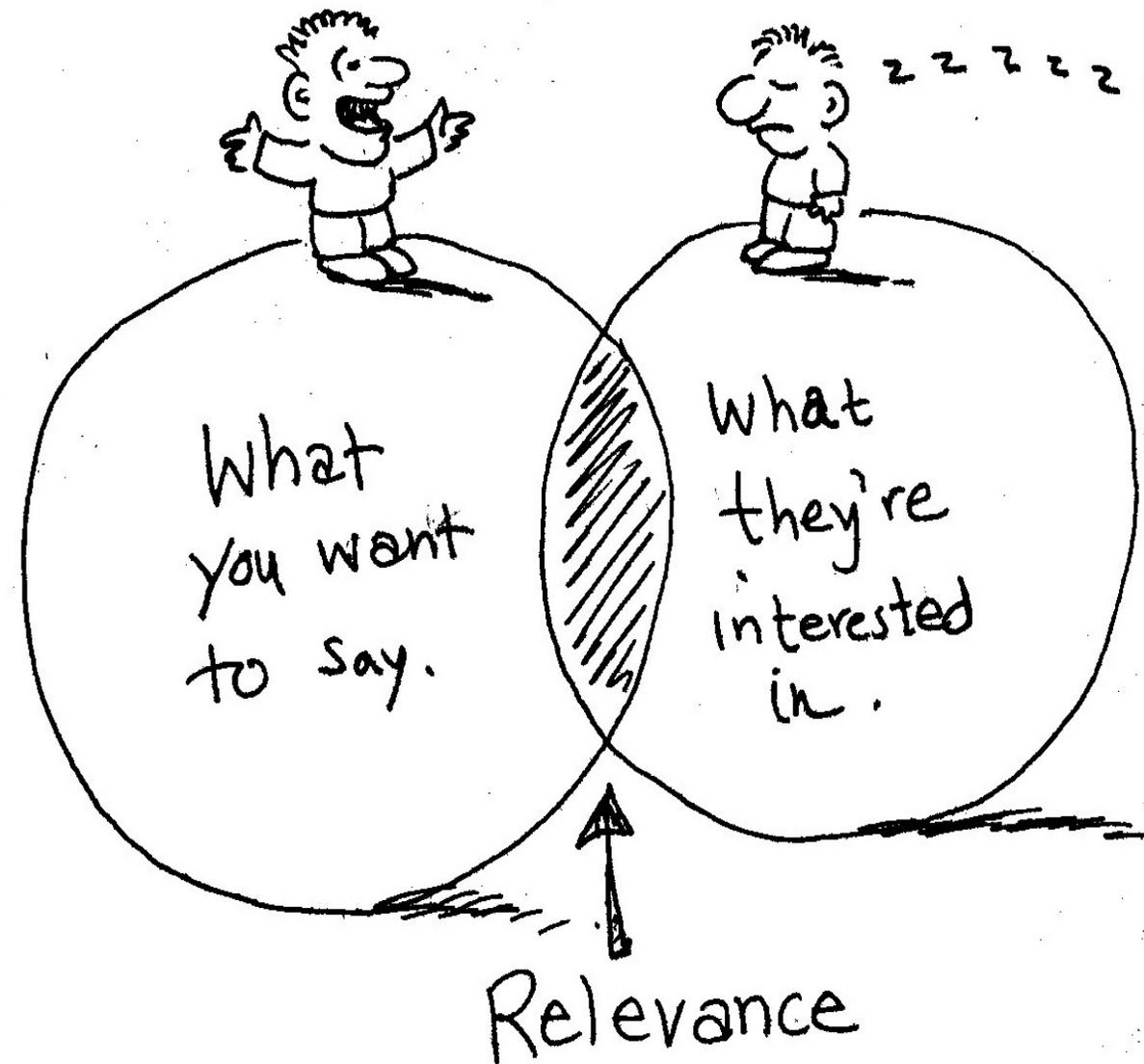
Beide Parteien lernen im Prozess



PARTNER

WAS SIND DIE THEMEN,
DIE WICHTIGE
STAKEHOLDER AKTUELL
BESCHÄFTIGT?

STARTEN MIT
RELEVANTEN
MVP USE CASES





#ERFOLGSFAKTOREN



ERFOLGSFAKTOREN

meint

Ausmaß der **Freiheitsgrade** des Innovation Labs, Intensität der Unterstützung durch das Top-Management sowie Klarheit der vorgegebenen **Ziele**

wichtig, weil

Sicherstellung der **Existenzberechtigung** und der benötigten **Freiheiten** des Innovation Labs innerhalb der Organisation durch **klare Steuerung** von Seiten des Top-Managements



THEMEN

meint

Vorgehen bei der Auswahl von **Themenschwerpunkten** für das Innovation Lab und den im Lab bearbeiteten Geschäftsideen

wichtig, weil

maßgeblicher Einflussfaktor auf die **Relevanz** und den **Innovationsgrad** der zu entwickelnden Innovationen



ERFOLGSFAKTOREN

meint

Intensität der Interaktion und des **Wissensaustauschs** zwischen Geschäftseinheiten und Innovation Lab sowie der **Integration von Mitarbeitern** des Unternehmens ins Innovation Lab

wichtig, weil

Basis für die **erfolgreiche Implementierung** und Skalierung der im Innovation Lab entwickelten Innovationen im Unternehmen sowie Hebel für den **Transfer agiler Methoden** in die Kernorganisation



**EINBINDUNG DES
UNTERNEHMENS**



METHODEN

meint

Vielfalt des **Methodenkastens**, der im Digital Innovation Lab während des Innovationsprozesses verwendet wird

wichtig, weil

Grundlage für die Entwicklung **marktfähiger Innovationen**



ERFOLGSFAKTOREN

meint

Prozess, der das erfolgreiche und **schnelle Heranwachsen** von Innovationen, die im Digital Innovation Lab entwickelt wurden, im Unternehmen und am Markt unterstützt

wichtig, weil

notwendige Basis für die **erfolgreiche Nutzung** der Innovationen in einem für das Unternehmen wirtschaftlich relevanten Maß und für die **Durchsetzung** der Innovationen in digitalen Märkten



NETZWERK

meint

Art und Umfang der **Zusammenarbeit** des Innovation Labs mit Kunden und externen Partnern

wichtig, weil

grundlegender Einflussfaktor auf den **Innovationsgrad** und die **Marktakzeptanz** der entwickelten Innovationen



LEARNING

STRATEGISCH WICHTIG UND SICHTBAR
POSITIONIEREN...

FREIRAUM FÜR EXPLORATION GEBEN...

THEMEN IN GREMIEN ZUR ENTSCHEIDUNG
PLATZIEREN...

VERÄNDERUNG ANSTOßEN ERHÖHT DIE
SPANNUNG IM SYSTEM...

EXPLORATION UND RAPID PROTOTYPING
ANSATZ WAR GUT...

THEMEN SCHLANK UND EINFACH STARTEN...



...ABER NICHT ÜBERFRACHTEN – DIE ANDEREN
SIND AUCH WICHTIG!

...ABER DENNOCH ZUMINDEST HIGH LEVEL
RAHMEN VORGEBEN

...ABER BEI GREMIEN NICHT NUR AUF
HIERARCHIE, SONDERN AUCH DIGITALE
KOMPETENZ ACHTEN

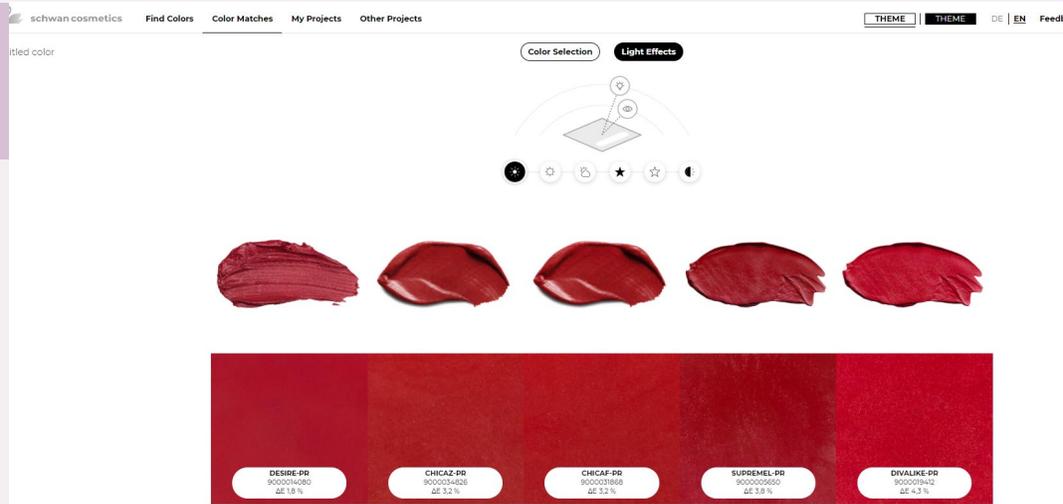
...ABER DIESE SPANNUNG MUSS AUCH
AUFRECHT GEHALTEN WERDEN

...ABER DIE ERWARTUNGSHALTUNG MUSS
GESTEUERT WERDEN

...ABER BEREIT SEIN RISIKO EINZUGEHEN



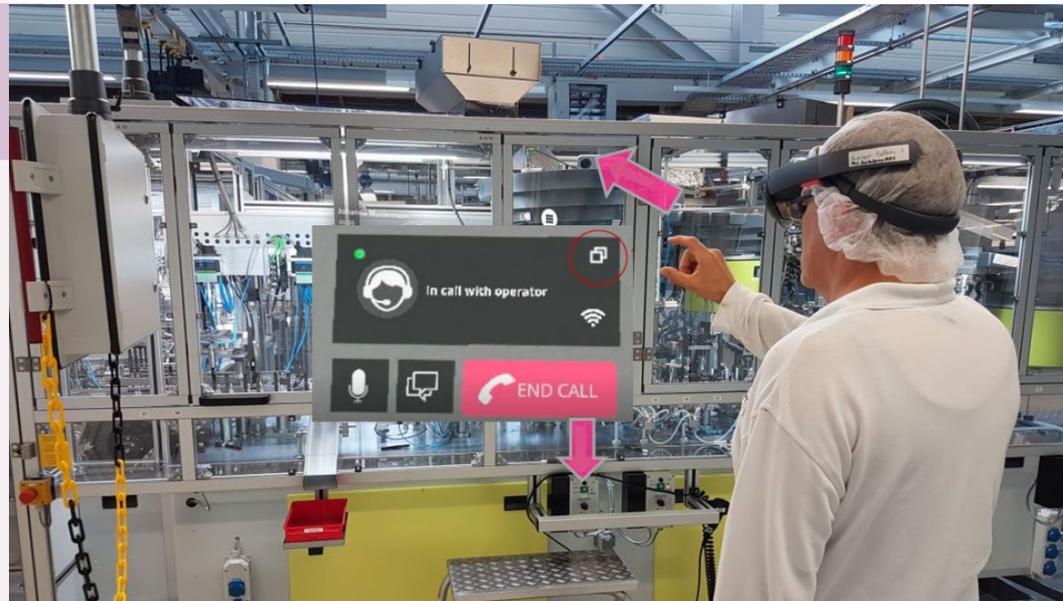
1



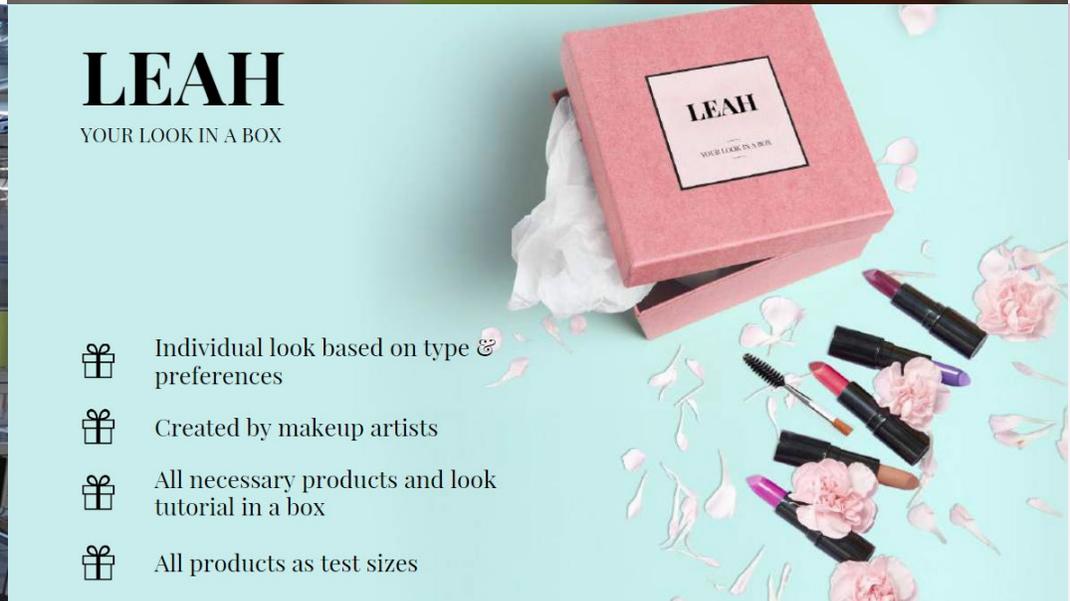
2



3



4





schwan cosmetics
TOMORROW'S BEAUTY. NOW.