

WORKSHOP-PROZESS



Step 1: Vorbereitung

Ca. 2 bis 3 Wochen

Abstimmung der Zielsetzungen und angestrebten Ergebnisse

→ inkl. zu treffender Entscheidungen



Bestimmung der relevanten Teilnehmer

- intern (Funktionen, Disziplinen, Regionen, Hierarchie)
- extern (z. B. Agenturen, Experten, Berater, Konsumenten)

Parallel:

1. Stakeholder-Interviews
2. Entwicklung von Präsentationen/ Workshop-Stimulus
3. Pre-Work für die Teilnehmer
4. Qualitative Marktforschung und/ oder Desk Research
5. Entwicklung der Agenda



Step 2: Workshop

1 bis 2 Tage, je nach Aufgabe

Klare Rollenverteilung

Martina Cleven

Marketing Consulting:

- Prozess-Verantwortung
- Fragen stellen, nachfragen, zuhören, zusammenfassen
- Einbringen des Marketing-Know-hows
- Unterstützung bei der Ideenentwicklung
- Zeit-Management
- Ergebnis-Fokussierung

Workshop-Teilnehmer:

- Inhaltliche Verantwortung (Input & Output)
- Ideenentwicklung
- Treffen von Entscheidungen

Workshop-Abschluss:

- Finale Entscheidungen
- Konkrete nächste Schritte: wer – was – wann



Step 3: Start Umsetzung

1 Woche

Dokumentation

- Output & Entscheidungen
- Entwicklungsprozess („Wie sind wir zu diesem Ergebnis gekommen?“)
- Foto-Dokumentation der Workshop-Atmosphäre und der Teamarbeit

Kick-off-Meeting

- Teilnahme aller Projektmitglieder
- Klärung der nächsten Schritte



Sicherstellung des nahtlosen Übergangs in die Umsetzung