

Willkommen!

Assumption Mapping

Mittwoch, 31. Mai 2023



 produktwerker.de

Welche Rolle sollte Product Discovery in der Arbeit von Product Ownern spielen? - Die Produktwerker

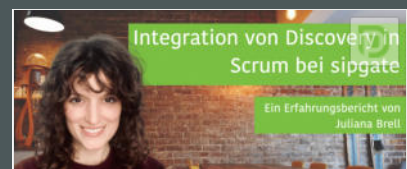
In dieser Folge des Podcast "Die Produktwerker" besprechen wir mit dem CST & Produktexperten Heiko Stapf das Thema Product Discovery. Hier geht es zu Folge.



 produktwerker.de

Kontinuierliche Product Discovery in Teams etablieren - Die Produktwerker

Kontinuierliche Product Discovery in Produktteams etablieren. Erfahrungsbild von Jan Kieken und die Aufgabe als Discovery Coach bei XING.



 produktwerker.de

Product Discovery in Scrum integrieren - Die Produktwerker

Product Discovery hilft, Wissen zu erlangen und typischen Risiken der Produktentwicklung zu begegnen. Aber wie passt das mit Scrum zusammen?



Tim Klein

Dominique Winter

Oliver Winter

Unsere Agenda

- **Intro & Technik-Check** (~20min)
 - **Theorie** (~25min)
 - Wie gut wissen wir, was der Kunde braucht?
 - Umgang mit Hypothesen in der Praxis
 - Hypothesen testen, um mehr Sicherheit zu bekommen
 - Vorstellung der Methode Assumption Mapping
 - **Praktische Übungen** (~45min)
 - Übung 1: Evidenz einschätzen
 - Übung 2: Hypothesen erstellen
 - Übung 3: Assumption Map nutzen
 - **Gemeinsame Reflektion** (~15min)
 - **Zeit für Eure Fragen** (~15min)
- 



Eure Gastgeber:

Die
Produktwerker

[Kristina](#)

[Caro](#)

[Friederike](#)

[Jutta](#)

[Martin](#)

[Andreas](#)

Jennifer 

Vitali

Dennis

Karsten

Flo

Julia

[Thomas](#)

[Jakob](#)

[Rainer](#)

Sonja

[Matthias](#)

Catrina

<https://www.linkedin.com/in/catrina-krapf/>

Katja

[Tim](#)

[Oliver](#)

Johannes

[Nils](#)

<https://miguel/>

Jasmin
(CGN)

[Julien](#)

Dorothee

[Christian](#)

und noch 'ne
Dorothee

[Anja
Scharer](#)

[Peter](#)

[Marc](#)

Saskia

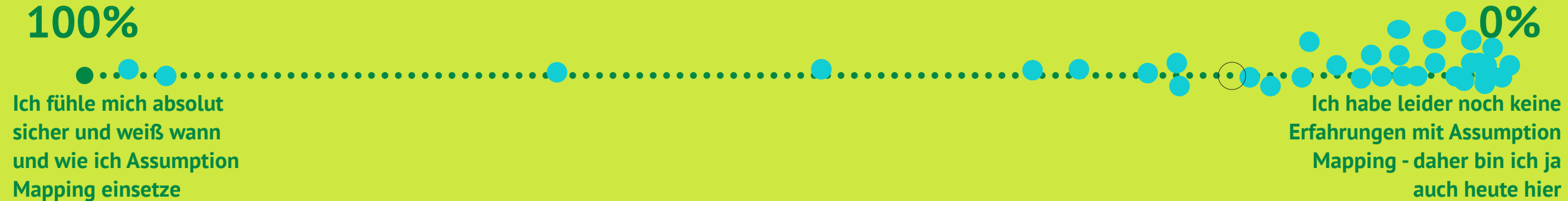
[Bernhard](#)
(CGN)

Aneta

[Pierre](#)

[Büşra](#)

Welches Wissen/Erfahrungen hast Du schon mit "Assumption Mapping"?



Impromptu Networking

- eine Runde (7-8 Min.)
- Lernt Euch kennen und nutzt dazu als Einstieg diese Leitfragen:
 - *Deine Rolle*
 - *"Ich würde XXXX vorher darauf verwetten, dass die Features/ Epics/ Projekte die wir umsetzen, auch erfolgreich von den Nutzer:innen angenommen werden!"*
(XXXX = alles außer Geld; also z.B. ein Eis, ein Mittagessen, Urlaubstage, Auto, Haus, Arm,...)

WIR KENNEN UNSERE KUNDEN...

Das übliche Problem...

„Wir wissen, was die Nutzer brauchen!“

„Denn wir sind agile Produktmanager bzw.
Product Owner!“

Das übliche Problem...

„Okay – willst Du wetten?“

*„Was wettetest Du,
dass Euer nächstes Feature
vom Nutzer auch wirklich
angenommen und
regelmäßig genutzt wird?“*

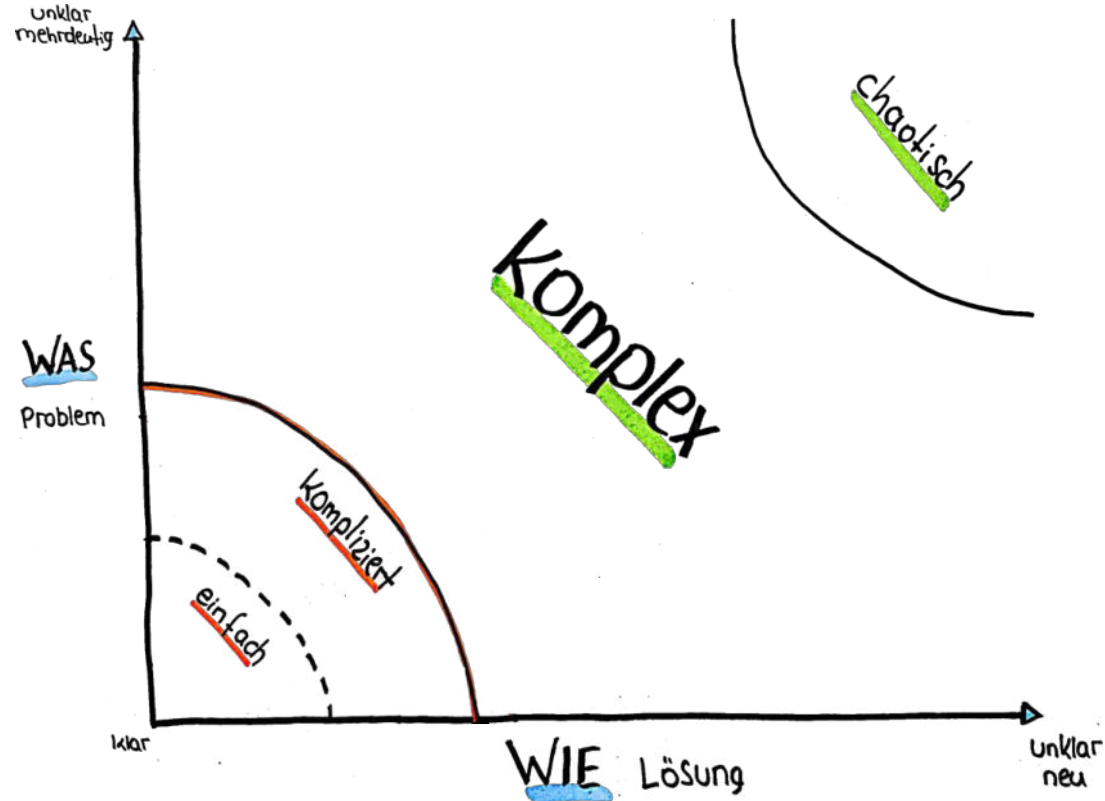
Das übliche Problem...

„...ähhm ...naja - zumindest wissen wir,
was die (internen) Stakeholder wollen.“

„Ah – und die können hellsehen?“

*„Oder arbeitet Ihr gar nicht in einem
komplexen Problemumfeld?“*

Komplexität verstehen – Stacey Matrix



In Komplexität ist alles ist eine Wette

Wenn wir zu einer **Wette**
aufgefordert werden, fangen wir
eher an, unsere **Annahmen** zu
hinterfragen.

Die Aufgabe eines Product Teams

“discover a solution
that the customers love
yet works for the business”

[Marty Cagan]

Die Herausforderung

Wie sicher sind wir uns also,
ob die Projekte/Epics/User Stories
auch wirklich von Kunden/Nutzern **erwünscht** sind
und auch unserem **Business helfen**?

Die nackte Wahrheit

Ganz klar:

Wir arbeiten i.d.R. mit Annahmen (Vermutungen) und Hypothesen (wörtlich „Unterstellung“)

Hypothese (umgangssprachlich):

„jede vorläufige Annahme, die der weiteren Arbeit zugrunde gelegt wird.“

Konfidenz - Evidenz

Konfidenz:

„Vertrauen“ oder „mit Zuversicht glauben“

Evidenz:

„das aufgrund von Augenschein oder zwingender Schlussfolgerung unbezweifelbar Erkennbare oder die dadurch erreichte unmittelbare Einsicht.“

[Rudolf Eisler, Wörterbuch der philosophischen Begriffe, 1904]

Evidenz

Evidenz bedeutet also, wir haben

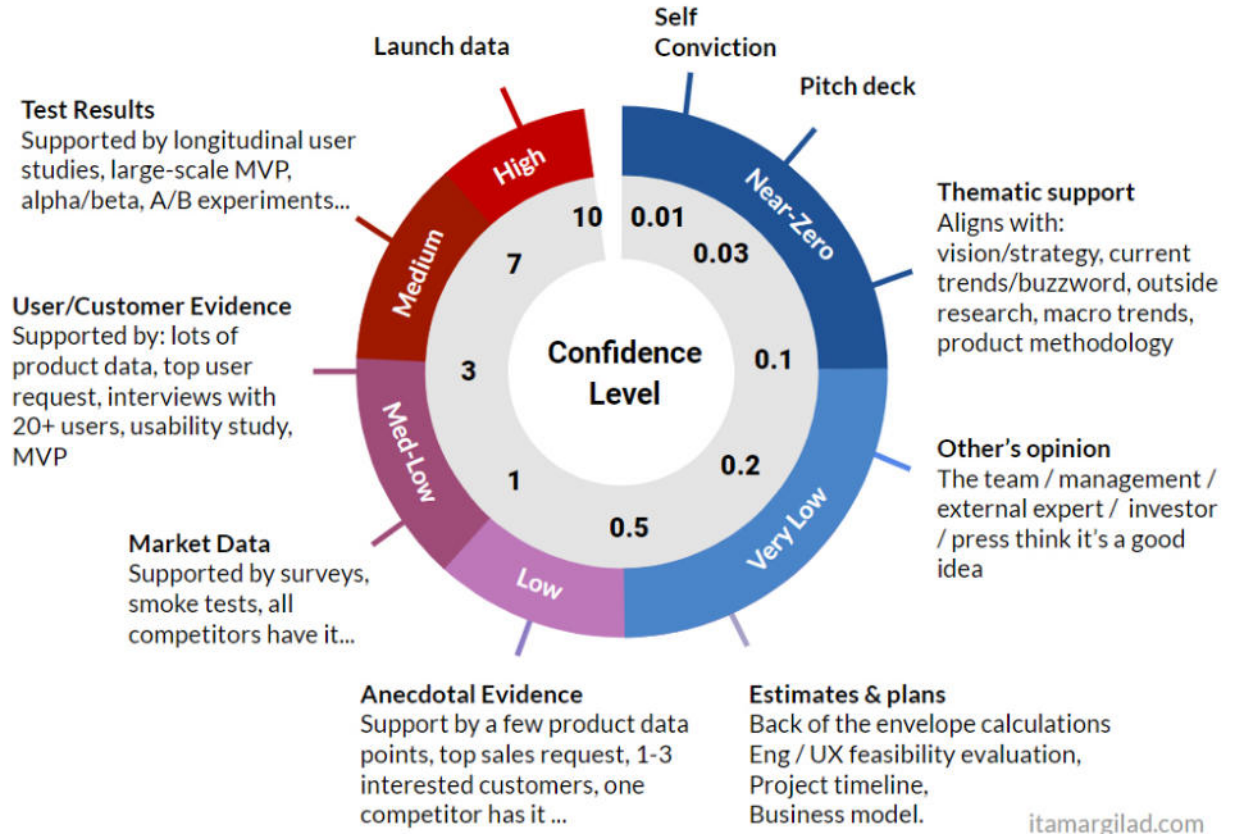
- Erfahrungen
- Marktsignale
- Funktionierende Prototypen
- Marktdaten (User Labs, Befragungen, Interviews)
- Beweise (z.B. durch tatsächliche Käufe)
- ...

Evidenz führt zur Konfidenz

Itamar Gilad

Confidence Meter

[itamargilad.com]



Unsicherheit

Es herrscht **Informationsasymetrie** – viele Infos kennen wir nicht; einige können wir nicht kennen

Unsicherheit basiert auf zwei Dingen:

- (1) unbekannte bzw. verborgene Informationen
- (2) Glück



1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...

LinkedIn Posts zu jeder Folge vom Produktwerker Podcast kontinuierlich 3% mehr Hörer:innen bringen

mind. 50% der Live Event TN auch kämen, wenn es 10€ kosten würde (die dann gespendet würden)

bei Wiederholung erfolgreicher Live Event Themen mind. 75% der TN-Anzahl wieder erreicht würden

bei einem Live Event zum Thema *User Stories* über 60 TN anwesend wären

mind. 20 zusätzliche TN heute hier wären, wenn *Die Produktwerker* auch auf Facebook aktiv wären

ein *Buch* der Produktwerker von Product Ownern stark nachgefragt würde

mind. 80 % aller Product Owner in ihrer Freizeit Podcasts hören

Wir haben bereits Beweise (have evidence)

sehr sicher

es liegen viele Beweise oder Marktsignale vor; hohe Evidenz

"wir wissen schon ziemlich gut..."

Wir haben noch keine Beweise (no evidence)

total unsicher

es liegen noch keine Beweise o. Marktsignale vor; keine Evidenz

"wir glauben nur zu wissen..."



1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...

LinkedIn Posts zu jeder Folge vom Produktwerker Podcast kontinuierlich 3% mehr Hörer:innen bringen

mind. 50% der Live Event TN auch kämen, wenn es 10€ kosten würde

mind. 20 zusätzliche TN heute hier wären, wenn Die Produktwerker auch auf Facebook aktiv wären

ein Buch der Produktwerker von Product Ownern stark nachgefragt würde

bei Wiederholung erfolgreicher Live Event Themen mind. 75% der TN-Anzahl wieder erreicht würden

bei einem Live Event zum Thema *User Stories* über 60 TN anwesend wären

mind. 80 % aller Product Owner in ihrer Freizeit Podcasts hören

Wir haben bereits Beweise (have evidence)

sehr sicher

es liegen viele Beweise oder Marktsignale vor; hohe Evidenz

"wir wissen schon ziemlich gut..."

Wir haben noch keine Beweise (no evidence)

total unsicher

es liegen noch keine Beweise o. Marktsignale vor; keine Evidenz

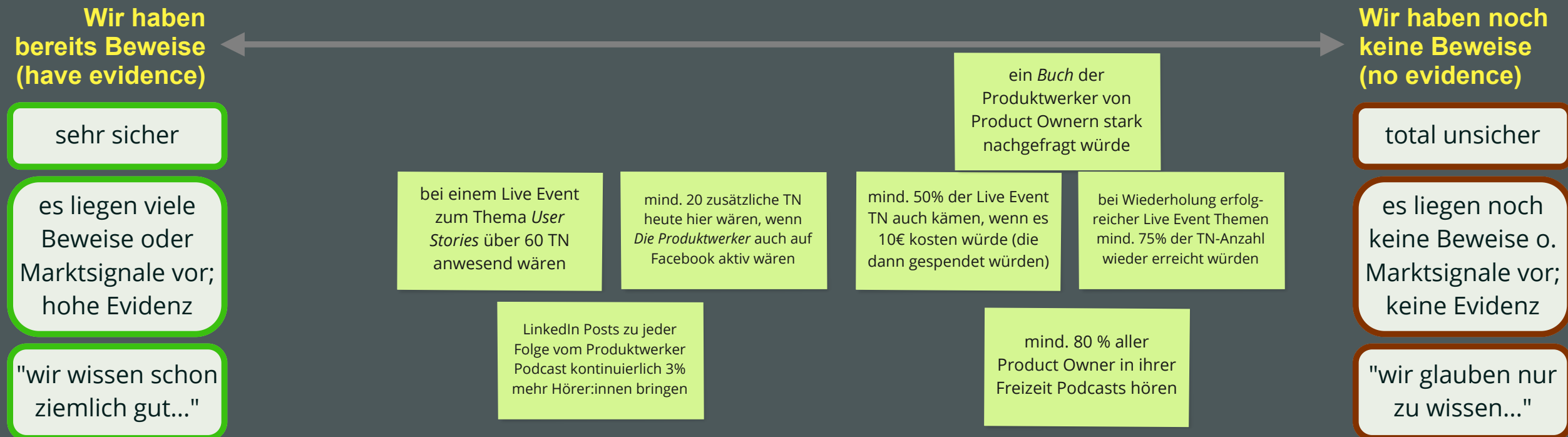
"wir glauben nur zu wissen..."



1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...





1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...

mind. 80 % aller
Product Owner in ihrer
Freizeit Podcasts hören

LinkedIn Posts zu jeder
Folge vom Produktwerker
Podcast kontinuierlich 3%
mehr Hörer:innen bringen

Wir haben
bereits Beweise
(have evidence)

Wir haben noch
keine Beweise
(no evidence)

sehr sicher

total unsicher

es liegen viele
Beweise oder
Marktsignale vor;
hohe Evidenz

es liegen noch
keine Beweise o.
Marktsignale vor;
keine Evidenz

"wir wissen schon
ziemlich gut..."

"wir glauben nur
zu wissen..."

bei Wiederholung erfolg-
reicher Live Event Themen
mind. 75% der TN-Anzahl
wieder erreicht würden

ein *Buch* der
Produktwerker von
Product Ownern stark
nachgefragt würde

mind. 50% der Live Event
TN auch kämen, wenn es
10€ kosten würde (die
dann gespendet würden)

bei einem Live Event
zum Thema *User
Stories* über 60 TN
anwesend wären

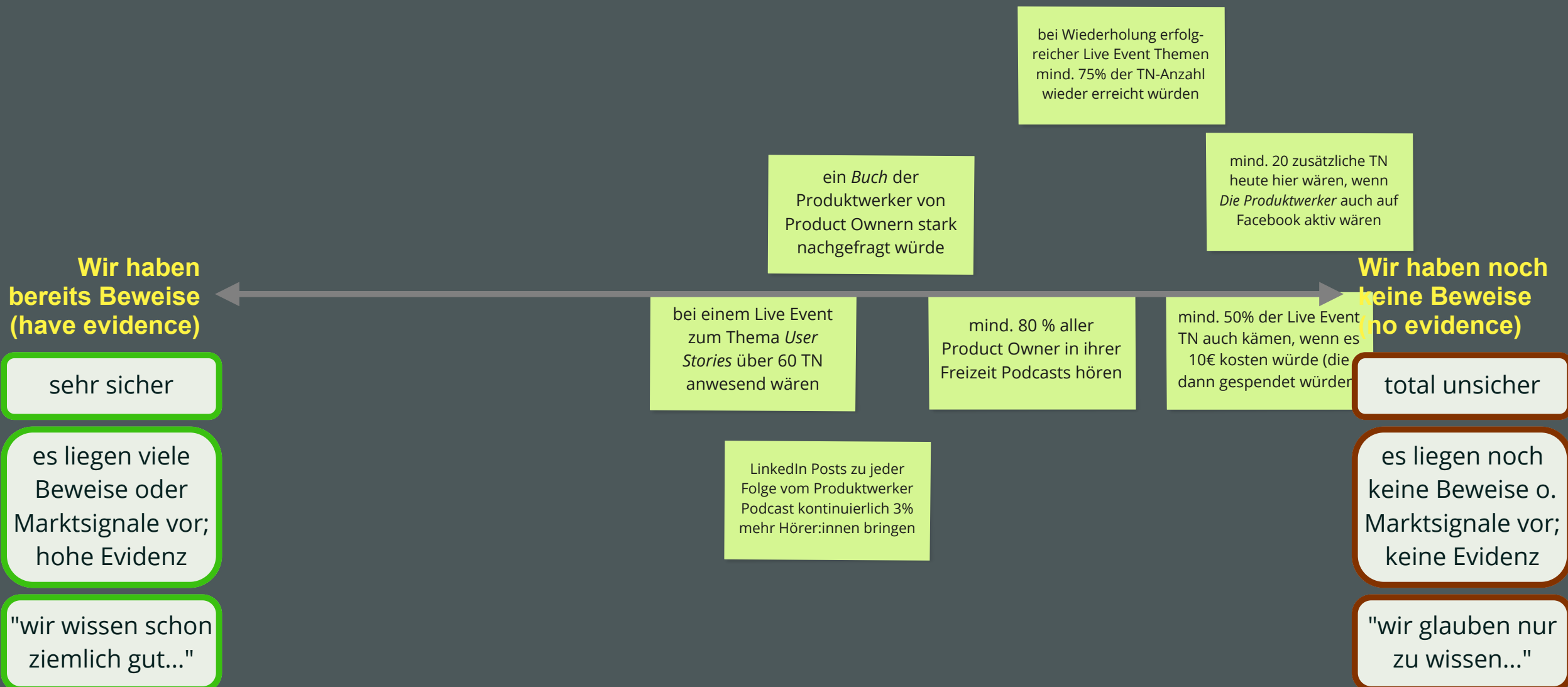
mind. 20 zusätzliche TN
heute hier wären, wenn
Die Produktwerker auch auf
Facebook aktiv wären

1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Gruppe
5

Wir glauben, dass...

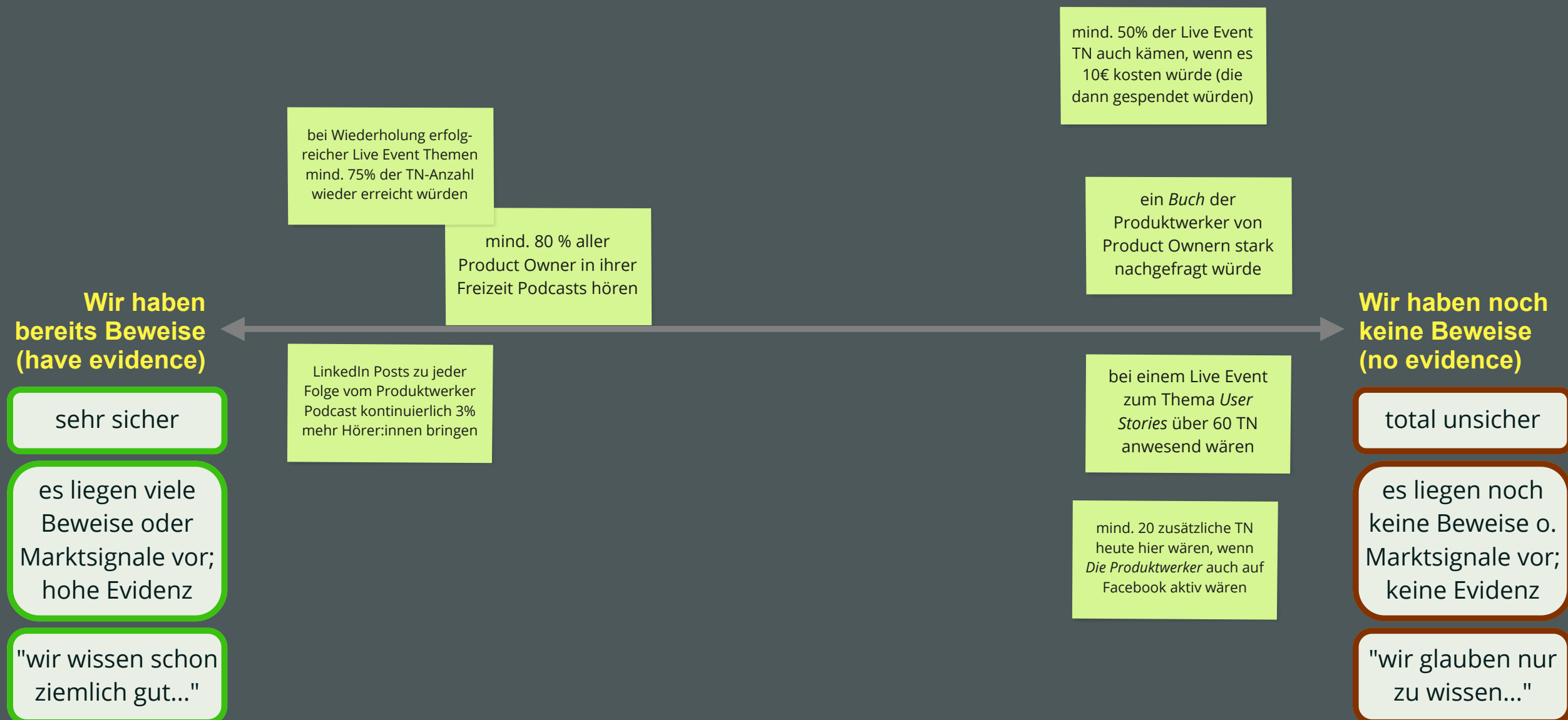




1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

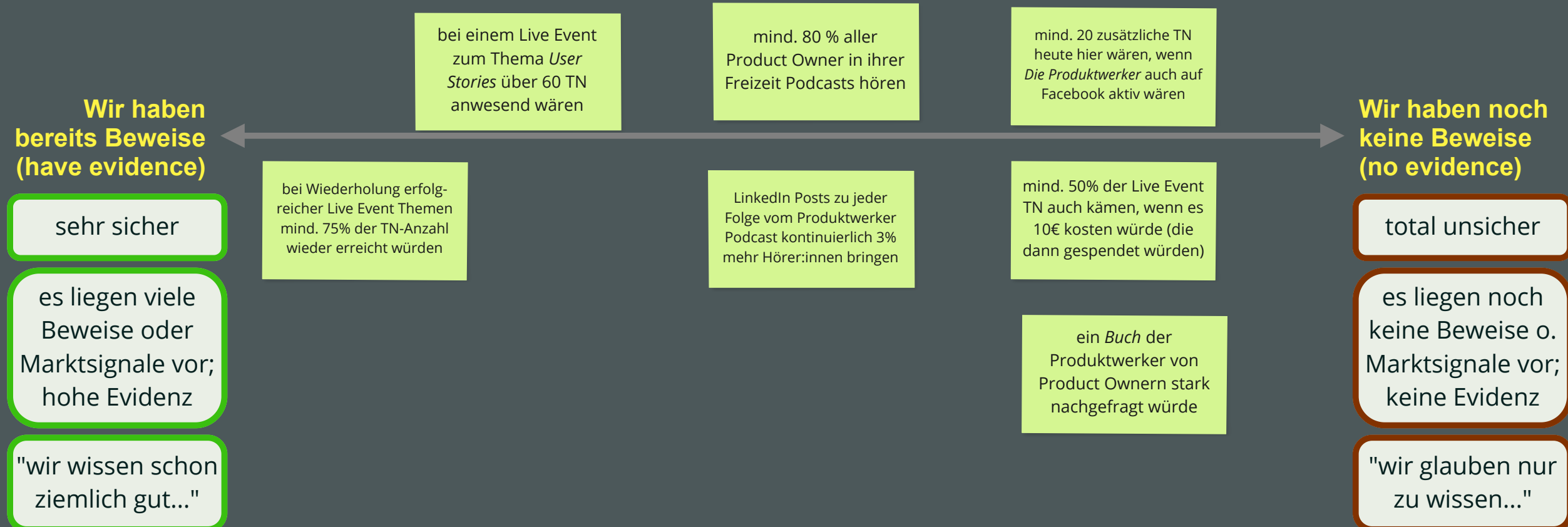
Wir glauben, dass...



1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...





1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...

mind. 80 % aller
Product Owner in ihrer
Freizeit Podcasts hören

LinkedIn Posts zu jeder
Folge vom Produktwerker
Podcast kontinuierlich 3%
mehr Hörer:innen bringen

mind. 50% der Live Event
TN auch kämen, wenn es
10€ kosten würde (die
dann gespendet würden)

bei einem Live Event
zum Thema *User
Stories* über 60 TN
anwesend wären

bei Wiederholung erfolg-
reicher Live Event Themen
mind. 75% der TN-Anzahl
wieder erreicht würden

mind. 20 zusätzliche TN
heute hier wären, wenn
Die Produktwerker auch auf
Facebook aktiv wären

ein *Buch* der
Produktwerker von
Product Ownern stark
nachgefragt würde

Wir haben
bereits Beweise
(have evidence)

sehr sicher

es liegen viele
Beweise oder
Marktsignale vor;
hohe Evidenz

"wir wissen schon
ziemlich gut..."

Wir haben noch
keine Beweise
(no evidence)

total unsicher

es liegen noch
keine Beweise o.
Marktsignale vor;
keine Evidenz

"wir glauben nur
zu wissen..."



1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...

mind. 80 % aller
Product Owner in ihrer
Freizeit Podcasts hören

bei einem Live Event
zum Thema *User
Stories* über 60 TN
anwesend wären

LinkedIn Posts zu jeder
Folge vom Produktwerker
Podcast kontinuierlich 3%
mehr Hörer:innen bringen

mind. 50% der Live Event
TN auch kämen, wenn es
10€ kosten würde (die
dann gespendet würden)

bei Wiederholung erfolg-
reicher Live Event Themen
mind. 75% der TN-Anzahl
wieder erreicht würden

mind. 20 zusätzliche TN
heute hier wären, wenn
Die Produktwerker auch auf
Facebook aktiv wären

ein *Buch* der
Produktwerker von
Product Ownern stark
nachgefragt würde

Wir haben
bereits Beweise
(have evidence)

sehr sicher

es liegen viele
Beweise oder
Marktsignale vor;
hohe Evidenz

"wir wissen schon
ziemlich gut..."

Wir haben noch
keine Beweise
(no evidence)

total unsicher

es liegen noch
keine Beweise o.
Marktsignale vor;
keine Evidenz

"wir glauben nur
zu wissen..."



1. Übung: Wie überzeugt seid ihr von folgenden Hypothesen:

Ordnet die Aussagen gemeinsam unten zwischen *sehr sicher* und *total unsicher* an.
Überlegt v.a. welche Beweise und beobachtbare Marktsignale es schon gibt.

Wir glauben, dass...



UNSICHERHEITEN IN DER PRODUKTENTWICKLUNG

Löst es ein Nutzerproblem?



Ist es nutzbar?



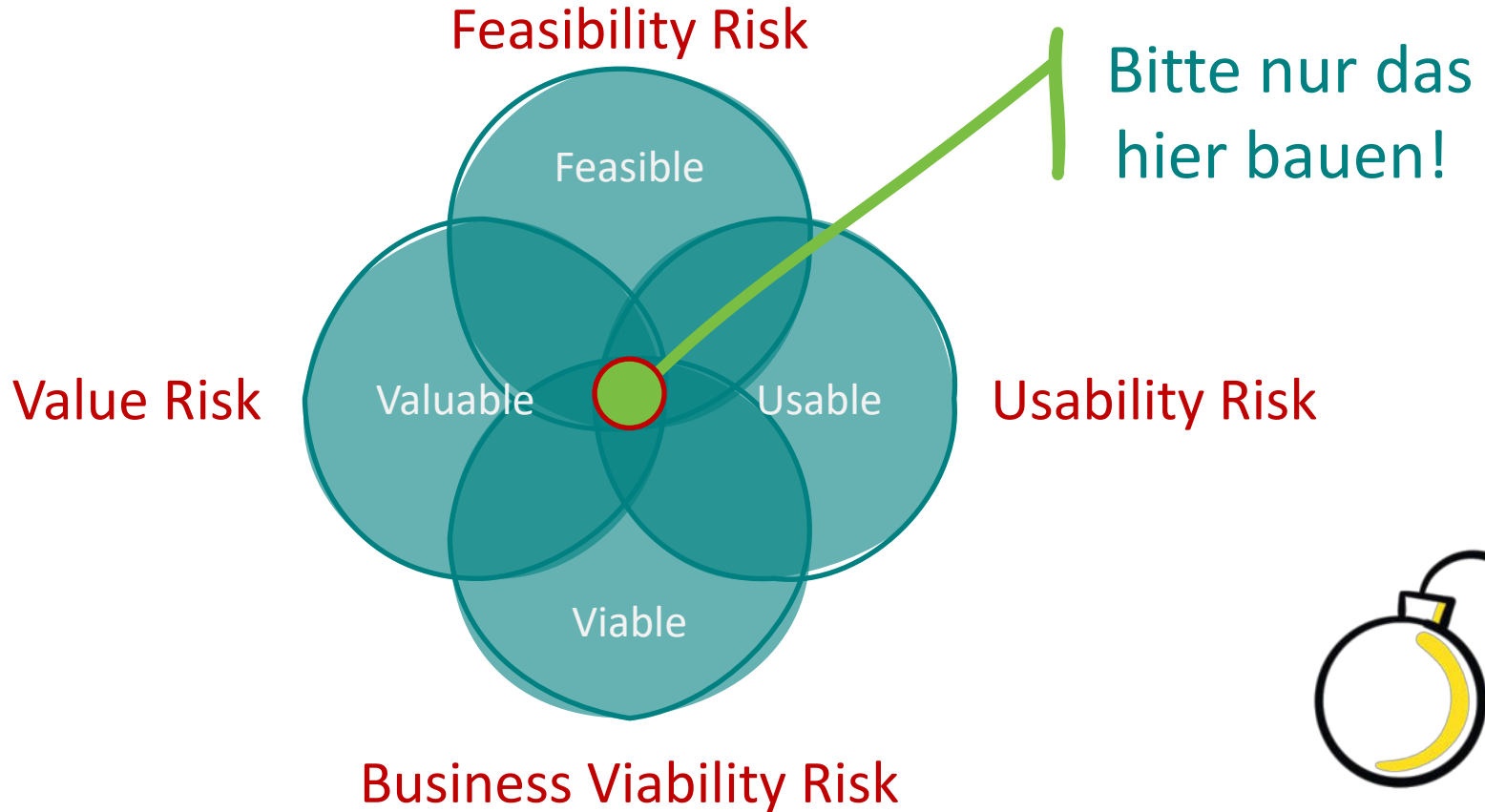
Können wir es bauen?



Ist es wirtschaftlich?



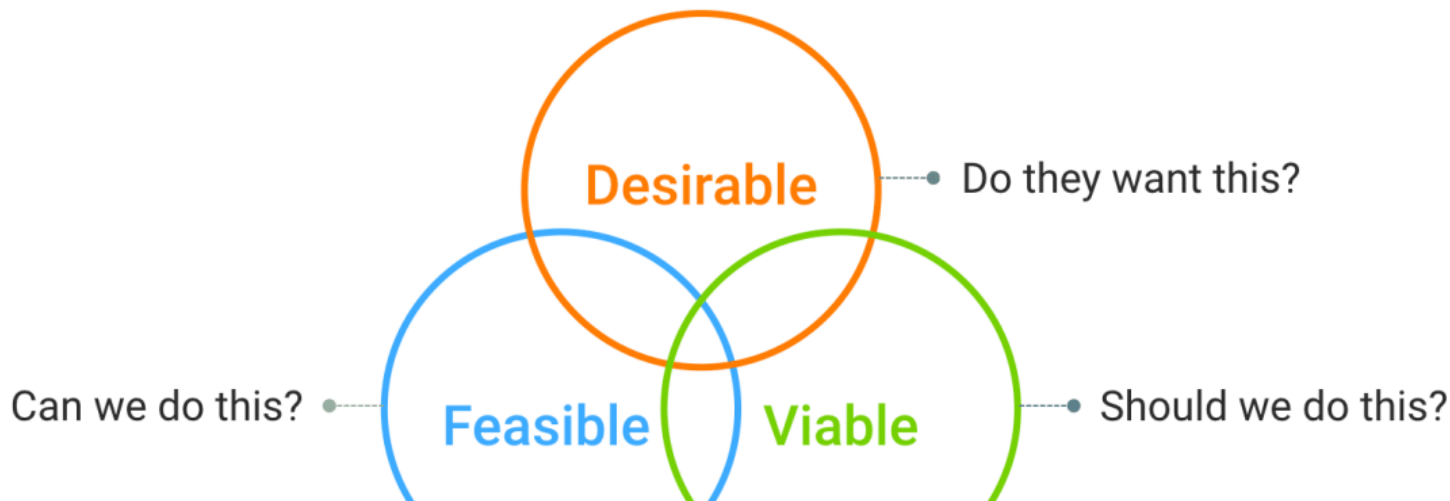
Die vier großen Risiken (Marty Cagan)



Assumptions Mapping Worksheet

by David J Bland

Behind every new product and business hide leap of faith assumptions. If proven false, these important and unproven assumptions can make or break you. This worksheet is designed to identify and map these assumptions as a team to help focus your experimentation. Allow 60-90 mins to complete as a group.



Assumption Mapping (David J. Bland)

Desirable - Do they want this?

Begehrlichkeit

We believe that...

- the target customer for our solution is ...
- our value proposition to our customer is ...
- customers can or cannot solve this problem by ...
- we can reach our customers through ...
- we can keep our customers by ...

Assumption Mapping (David J. Bland)

Viable - Should we do this

Lebensfähigkeit

We believe that...

- we can generate revenue by ...
- we can keep our costs low by ...
- customers will pay a high enough price because ...
- we can make a profit because ...
- this aligns to our vision because ...

Assumption Mapping (David J. Bland)

Feasible - Can we do this?

Machbarkeit

We believe that...

- we can address legal and regulatory risks by ...
- we can solve for the technology challenges by ...
- we can hire and keep the right team because ...
- we can sign key partners by ...
- we are uniquely positioned to win because ...

2. Übung: Erstellt Hypothesen für unsere folgende Idee:

"Als Produktwerker werden wir 2-tägige offene Trainings zu Produktthemen vor Ort in Köln anbieten (max. 10 TN)."

Wichtig: bitte verändert die Größe der "PostIt's" mgl. nicht!

Desirable

Valuability Hypothesen

(Do they want this?)

Die Menschen haben Interesse an so einem Event.

Die Teilnehmer möchten in Person teilnehmen.

Die Leute wollen definitiv Köln als Veranstaltungsort.

Die Trainings bieten einen Mehrwert, den Produktmenschen in ihrer Arbeit anwenden können

Wir haben einen USP, der uns hinreichend von den Angeboten anderer Anbieter unterscheidet

Die Leute möchten das für die Scrum Re-Zertifizierung nutzen.

Usability Hypothesen

(Can they use this?)

Leute sind gewillt für das Event nach Köln zu fahren.

2-Tage Trainings sind die richtige Dauer für das Event.

Arbeitgeber:innen stellen die TN für die Teilnahme frei

Feasible

Feasibility Hypothesen

(Can we do this?)

Es gibt eine geeignete Location

Die Produktwerker haben auch 2 Tage Zeit dafür

Wir haben die Skills

Wir haben die Inhalte

Wir haben die Reichweite

Viable

Viability Hypothesen

(Should we do this?)

Geeignete Locations in Köln sind auch bezahlbar

Es wird profitabel werden

Potentielle Zielgruppe ist bereit den Preis zu bezahlen

Wir finden genügend Teilnehmende für das Training

2. Übung: Erstellt Hypothesen für unsere folgende Idee:

"Als Produktwerker werden wir 2-tägige offene Trainings zu Produktthemen vor Ort in Köln anbieten (max. 10 TN)."

Wichtig: bitte verändert die Größe der "PostIt's" mgl. nicht!

Desirable

Valuability Hypothesen

(Do they want this?)

30% aller Online-Event-Teilnehmer möchten auch an Präsenzveranstaltungen teilnehmen

80% der Teilnehmer finden 2 Tage den richtigen Zeitraum für Trainings

Usability Hypothesen

(Can they use this?)

Die Teilnehmer können die Inhalte in ihrem täglichen Doing anwenden

90% bestehen PSPO beim ersten Versuch

Feasible

Feasibility Hypothesen

(Can we do this?)

Wir haben genug Stoff für 2 Tage

Wir haben die Räumlichkeiten für ein vor Ort Training in Köln

Es gibt ausreichend günstige Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe

Viable

Viability Hypothesen

(Should we do this?)

Ab 3 Teilnehmern sind die Kosten gedeckt

2. Übung: Erstellt Hypothesen für unsere folgende Idee:

"Als Produktwerker werden wir 2-tägige offene Trainings zu Produktthemen vor Ort in Köln anbieten (max. 10 TN)."

gruppe
3

Wichtig: bitte verändert die Größe der "PostIt's" mgl. nicht!

Desirable

Valuability Hypothesen

(Do they want this?)

wir glauben
das ____

ein Präsenz-Event ist
wertvoller für
Teilnehmende als eine
remote Veranstaltung

Usability Hypothesen

(Can they use this?)

wir glauben Menschen
sind bereit für 2 Tage
nach Köln zu reisen

Feasible

Feasibility Hypothesen

(Can we do this?)

ja wir haben
erfahrung und
logistik

Viable

Viability Hypothesen

(Should we do this?)

wir glauben das
min. 6 Personen
teilnehmen

2. Übung: Erstellt Hypothesen für unsere folgende Idee:

"Als Produktwerker werden wir 2-tägige offene Trainings zu Produktthemen vor Ort in Köln anbieten (max. 10 TN)."

Wichtig: bitte verändert die Größe der "PostIt's" mgl. nicht!

Desirable

Valuability Hypothesen

(Do they want this?)

wir glauben, das mind. 50% unserer Kontakte am einem in Person Training teilnehmen würden

Wir glauben, dass die Teilnehmer bereit wären X € für das Training zu zahlen.

wir glauben, dass Köln als Event Ort geeignet ist

Wir glauben, dass 70% der TN lieber vor Ort als remote am Event teilnehmen (wunsch)

wir glauben, dass max 10 Teilnehmer die richtige Größe für ein Training ist

Usability Hypothesen

(Can they use this?)

X % der Teilnehmer wohnt in Köln oder im Umkreis < 50 km

X% der Teilnehmer hat an dem entsprechenden Termin 2 Tage Zeit für das Training

Wir glauben, dass x% der Angesprochenen in Köln über die entsprechenden Netzwerke verfügen, um von diesem Training zu hören

Feasible

Feasibility Hypothesen

(Can we do this?)

Wir haben einen entsprechenden Seminarraum

Wir können das Training durchführen

Wir haben einen entsprechenden Anmeldeprozess + Zahlungsprozess

Wir haben eine entsprechende Auswahl an Themen und Kompetenzen für die Trainings

Wir erreichen die Mindestteilnehmerzahl

Viable

Viability Hypothesen

(Should we do this?)

Wir glauben dass wir mit den Trainings ... an Gewinn erwirtschaften

Wir glauben, dass wir unsere Reichweite/Bekanntheit mit diesen Trainings um ... % steigern können

Wir glauben, dass wir <10% negatives Feedback von den TN zu erwarten haben

2. Übung: Erstellt Hypothesen für unsere folgende Idee:

"Als Produktwerker werden wir 2-tägige offene Trainings zu Produktthemen vor Ort in Köln anbieten (max. 10 TN)."

Wichtig: bitte verändert die Größe der "PostIt's" mgl. nicht!

Desirable

Valuability Hypothesen

(Do they want this?)

Es gibt genug Nachfrage für Köln

2 Tage finden viele Personen gut

Offene Trainings sind stark nachgefragt

Usability Hypothesen

(Can they use this?)

Die Anreise wird für viele zum Problem

Teilnehmer müssen ein Hotelzimmer buchen

Kontingente reservieren

Feasible

Feasibility Hypothesen

(Can we do this?)

Wir haben die passende Räumlichkeiten

Wir haben keine Schwierigkeiten live vor vielen Menschen zu sprechen

Wir haben genug Personal vorhanden

Wir können Unterkünfte etc. zur Verfügung stellen

Viable

Viability Hypothesen

(Should we do this?)

, dass 1.000 Euro Gebühr ausreicht

Bringt Folgeaufträge

Positive Berichterstattung

Das wir die Kosten kennen

Wir kennen die noshow rate

2. Übung: Erstellt Hypothesen für unsere folgende Idee:

"Als Produktwerker werden wir 2-tägige offene Trainings zu Produktthemen vor Ort in Köln anbieten (max. 10 TN)."

Wichtig: bitte verändert die Größe der "PostIt's" mgl. nicht!

Desirable

Valuability Hypothesen

(Do they want this?)

es gibt eine genügend große Gruppe von Interesse im Einzugsgebiet von Köln

Das Thema ist für viele Produktmenschen interessant

bei AG - gibt es eine Zahlungsbereitschaft bei Unternehmenskunden für Schulung + Reise?

Hypothese: wenn das Training als "Vorprogramm" für eine Konferenz wäre, könnte der Wahrgenommene Value stark gesteigert werden

Usability Hypothesen

(Can they use this?)

wenn es ein Zertifikat nach dem Training gibt, wird das Training attraktiver für Teilnehmer

Produktmenschen können das Wissen danach anwenden

Produktmenschen können den Inhalten während dem Training folgen

gibt es vielleicht eine Präferenz für Online/REmote Trainings?

2 Tage sind eine gute Zeit, um ein vor Ort Training zu halten?

Feasible

Feasibility Hypothesen

(Can we do this?)

Yes, we can!

die Produktwerker sind in der Lage einen (ausgezeichneten) vor Ort Workshop durchzuführen

Die Produktwerker haben alle Materialien vor Ort oder können diese beschaffen

Die Räumlichkeiten vor Ort eignen sich für Trainingstage

Köln ist eine Stadt mit der richtigen Zielgruppendichte

Viable

Viability Hypothesen

(Should we do this?)

Produktmenschen würden einen 4-stelligen Betrag bezahlen

Arbeitgeber der Produktmenschen würden einen 4-stelligen Betrag bezahlen

Das Training blockt keine anderen Aufträge

Wir kriegen die Plätze immer voll

2. Übung: Erstellt Hypothesen für unsere folgende Idee:

"Als Produktwerker werden wir 2-tägige offene Trainings zu Produktthemen vor Ort in Köln anbieten (max. 10 TN)."

Wichtig: bitte verändert die Größe der "PostIt's" mgl. nicht!

Desirable

Valuability Hypothesen

(Do they want this?)

TN sind dazu bereit 2-tägige Trainings zu machen
POs ist eine kontinuierliche Weiterbildung ihrer Skills wichtig.

Die TN werden neue Dinge erfahren & mitnehmen

Die Zielgruppe des Events zeigt Interesse sich weiterzubilden und Neues zu lernen.

Usability Hypothesen

(Can they use this?)

Nach dem Training werden die TN neue Methoden mit aufnehmen.

Die TN werden erlerntes sofort anwenden

Die TN bevorzugen vor Ort Veranstaltungen ggüber online Veranstaltungen

Thema X und Y hilft der Zielgruppe Ihre Arbeit besser auszuführen.

Die TN werden 2 Tage Zeit aufbringen können

TN nehmen längere Reisen in Kauf

Feasible

Feasibility Hypothesen

(Can we do this?)

Unsere aktuelle Auftragslage lässt es zu, dass wir pro Monat 6 Tage offene Trainings anbieten.

passende Räumlichkeit in Köln ist vorhanden

Wir haben ein gut strukturiertes Themengebiet, das nicht zu wenig und nicht zu viel für 2 Tage ist

Wir haben ein umfangreiches Wissen zum Thema X und Y und können die ZG dazu schulen.

Wir haben ein breit aufgestelltes Team

Viable

Viability Hypothesen

(Should we do this?)

ROI

Wir kriegen min. 7 TN zusammen

Wir knüpfen neue Kontakte, die Interesse an Produktthemen haben und schaffen neues Potential für Aufträge.

Wir vergrößern unsere Community

Ziel von Assumption Mapping

Identifizieren der **wichtigsten Annahmen**
die eine sehr **geringe Evidenz** haben



Entscheiden **welche Hypothesen**
wir **testen** sollten



Experimente durchführen
um Evidenz zu steigern

Assumption Mapping (David J. Bland)



1 Do they want this?

Write each answer on orange stickies

- | | |
|---|--|
| ☐ Who are the target customers for our solution? | ☐ Why can't our customers solve this problem today? |
| ☐ What problem do our customers want to solve? | ☐ What is the outcome our customers want to achieve? |
| ☐ How do our customers solve this problem today? | ☐ Why will our customers stop using their current solution? |



2 Can we do this?

Write each answer on blue stickies

- ☐ What are our biggest technical or engineering challenges?
- ☐ What are our biggest legal or regulatory risks?
- ☐ What are our internal governance or policy hurdles?
- ☐ Why does our leadership team support this solution?
- ☐ Where does our funding for this solution come from?
- ☐ Why is our team uniquely positioned to win?

3 Should we do this?

Write each answer on green stickies

- ☐ What are our main acquisition channels for obtaining customers?
- ☐ How will our customers repeatedly use our solution?
- ☐ Why will our customers refer us to new customers?
- ☐ How does this solution support our company vision?
- ☐ Who are our primary competitors to our solution?
- ☐ How will our solution generate revenue?

4 Assumptions Mapping

Map your answers from the left onto the graph below. Create evaluative experiments from the top right. Create generative experiments from the bottom right. Check the top left against your plan. Defer commitment on the bottom left.



3. Übung: Assumption Map erstellen

Platziert die Hypothesen aus der vorherigen Übung in der Map



3. Übung: Assumption Map erstellen

Platziert die Hypothesen aus der vorherigen Übung in der Map



3. Übung: Assumption Map erstellen

Platziert die Hypothesen aus der vorherigen Übung in der Map

Hohes Risiko
(important)

Umsetzen
(plan)

Testen
(evaluate)

wir glauben Menschen
sind bereit für 2 Tage
nach Köln zu reisen

ein Präsenz-Event ist
wertvoller für
Teilnehmende als eine
remote Veranstaltung

ja wir haben
erfahrung und
logistik

Die Mindestanzahl ist bis
zwei Wochen vor Termin
erreicht. Kostenlose
Stornierung möglich.

wir glauben das
min. 6 Personen
teilnehmen

Wir haben
bereits Beweise
(have evidence)

Wir haben noch
keine Beweise
(no evidence)

Verschieben
(defer)

Problem-
verständnis
entwickeln
(generate)

Niedriges Risiko
(unimportant)

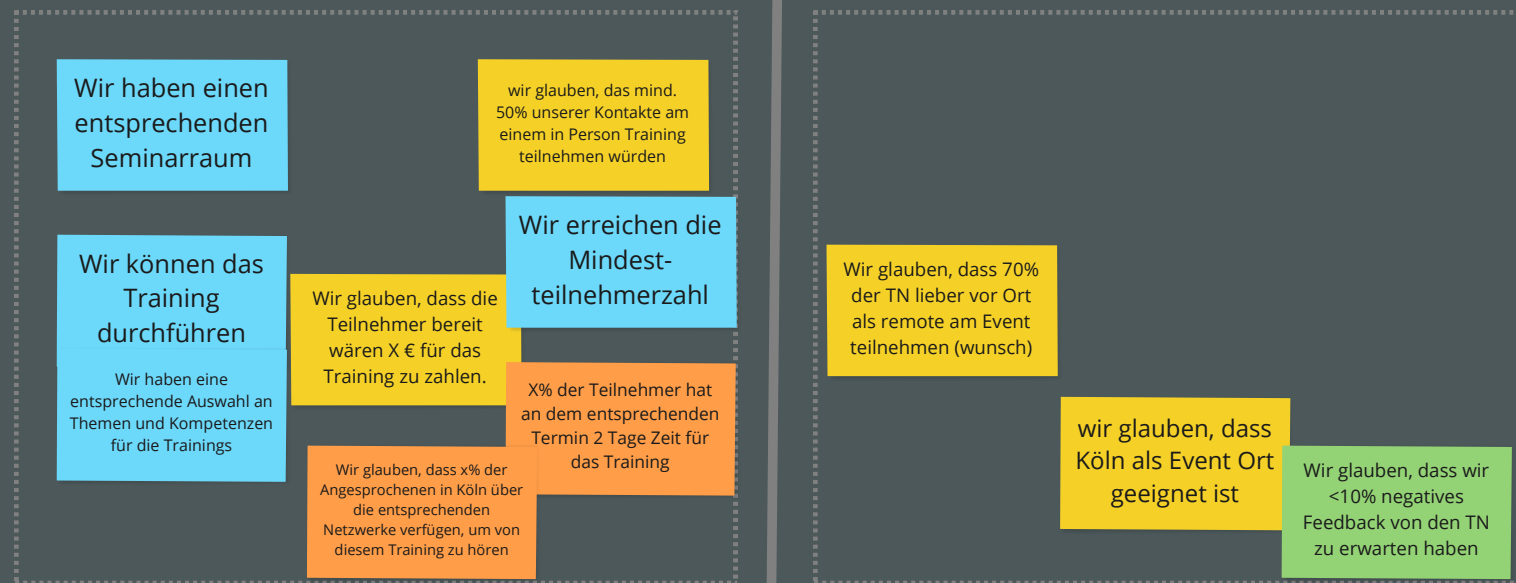
3. Übung: Assumption Map erstellen

Platziert die Hypothesen aus der vorherigen Übung in der Map

**Hohes Risiko
(important)**

**Umsetzen
(plan)**

**Testen
(evaluate)**



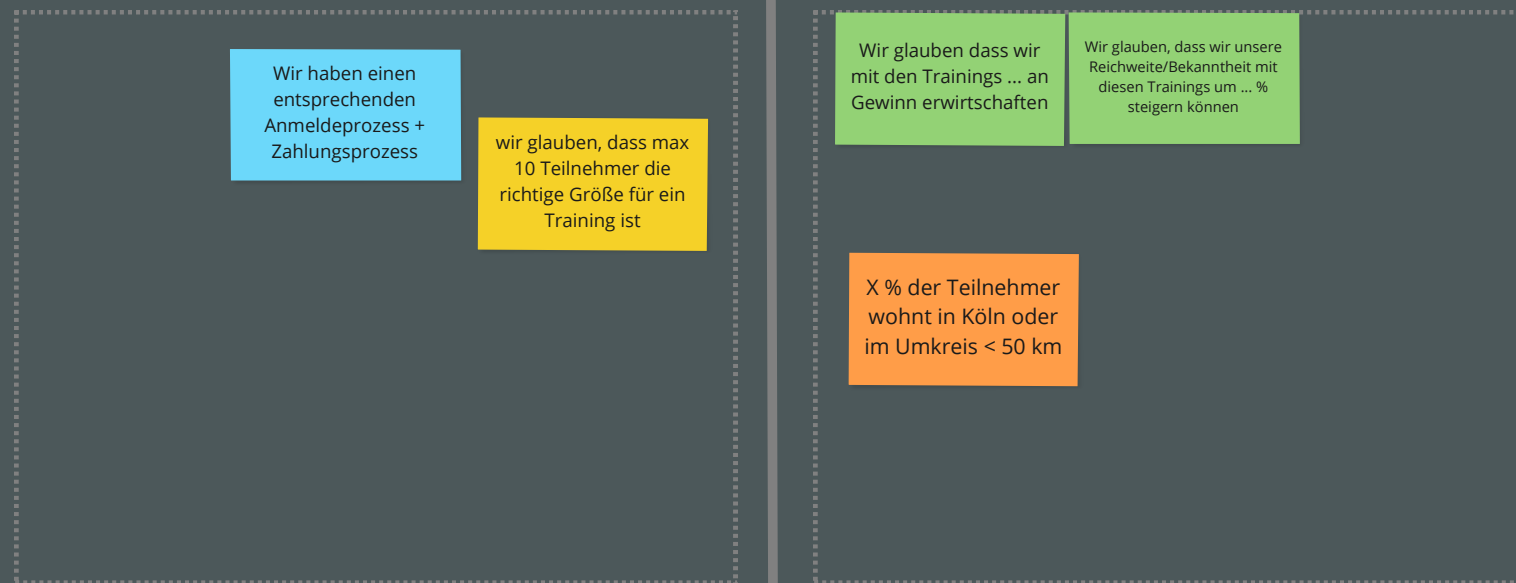
**Wir haben bereits Beweise
(have evidence)**

**Wir haben noch keine Beweise
(no evidence)**

**Verschieben
(defer)**

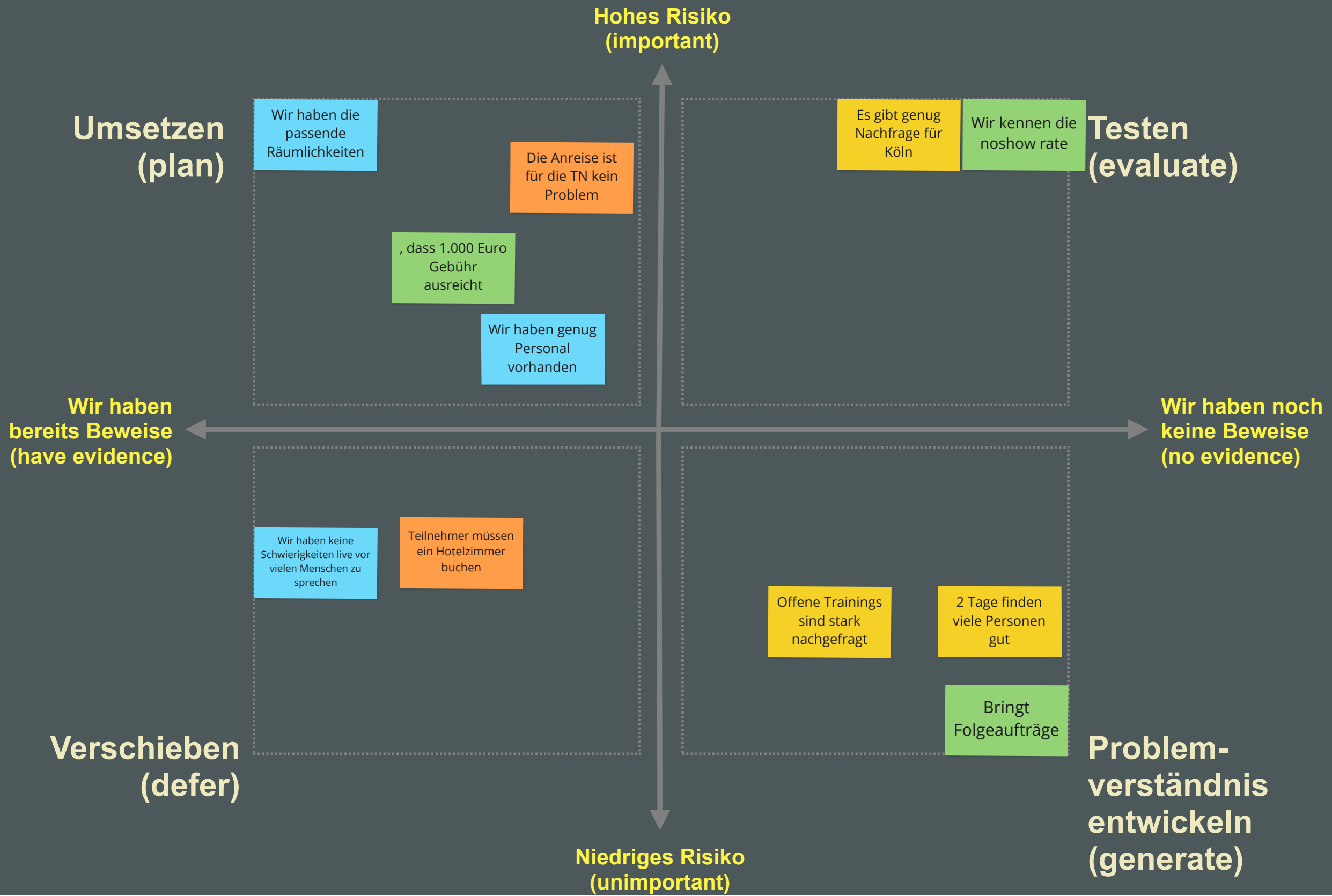
**Problem-
verständnis
entwickeln
(generate)**

**Niedriges Risiko
(unimportant)**



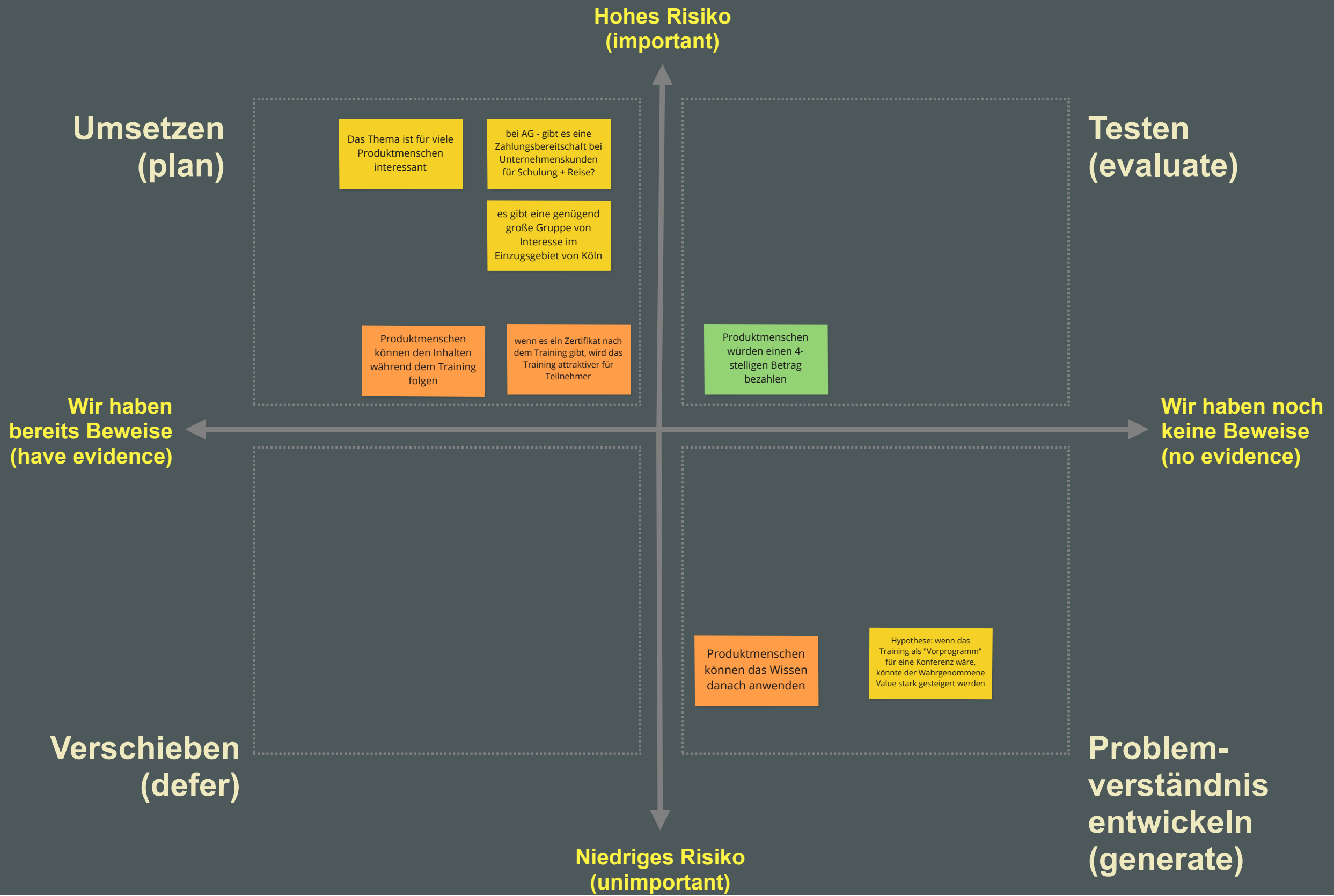
3. Übung: Assumption Map erstellen

Platziert die Hypothesen aus der vorherigen Übung in der Map



3. Übung: Assumption Map erstellen

Platziert die Hypothesen aus der vorherigen Übung in der Map





3. Übung: Assumption Map erstellen

Platziert die Hypothesen aus der vorherigen Übung in der Map

Hohes Risiko
(important)

Umsetzen
(plan)

Testen
(evaluate)

Wir haben
bereits Beweise
(have evidence)

Wir haben noch
keine Beweise
(no evidence)

Verschieben
(defer)

Problem-
verständnis
entwickeln
(generate)

Niedriges Risiko
(unimportant)

TN sind dazu bereit
2-tägige Trainings
zu machen

Wir haben ein umfangreiches
Wissen zum Thema X und Y
und können die ZG dazu
schulen.

Wir haben ein
breit aufgestelltes
Team

Wir kriegen min.
7 TN zusammen

TN nehmen
längere Reisen in
Kauf

Wir haben ein gut
strukturiertes Themengebiet,
das nicht zu wenig und nicht
zu viel für 2 Tage ist

Die TN werden
erlerntes sofort
anwenden

Wir vergrößern
unsere
Community

Wir knüpfen neue Kontakte,
die Interesse an
Produktthemen haben und
schaffen neues Potential für
Aufträge.

You're holding a field guide for rapid experimentation.
Use the 44 experiments inside to find your path to scale.
Systematically win big with small bets by...

Testing Business Ideas

strategyzer.com/test

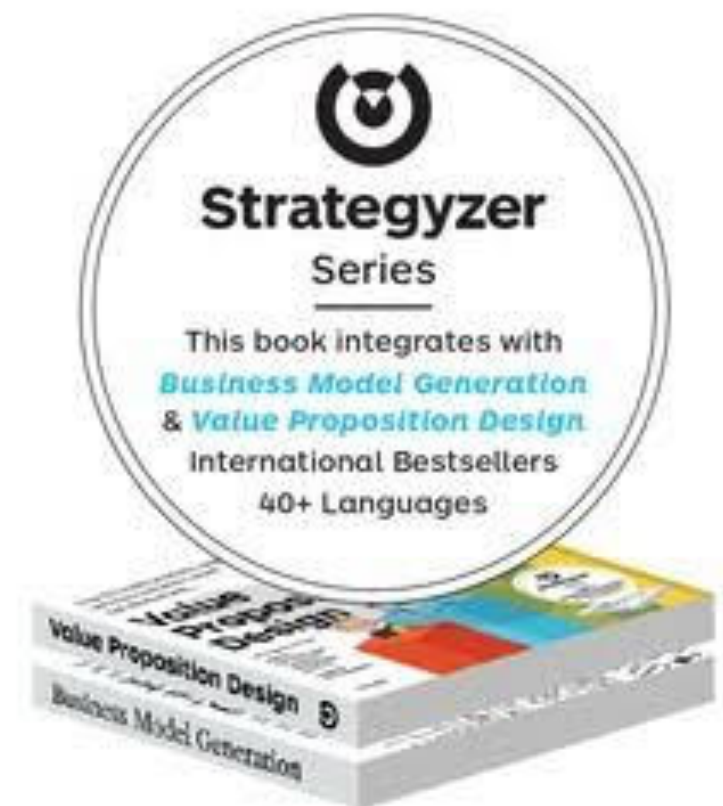
WRITTEN BY

David J. Bland
Alex Osterwalder

DESIGNED BY

Alan Smith
Trish Papadakos

WILEY



Experimente

Test Card



Test Name

Deadline

Assigned to

Duration

STEP 1: HYPOTHESIS
We believe that

Critical:
  

STEP 2: TEST
To verify that, we will

Test Cost:
   

Data Reliability:
  

STEP 3: METRIC
And measure

Time Required:
  

STEP 4: CRITERIA
We are right if

Copyright Business Model Foundry AGThe makers of Business Model Generation and Strategyzer

Experiment Card

Experiment Name:

Deadline

Assigned to:

Duration

Step 1: QUESTION
Our question is

Step 2: HYPOTHESIS
Our hypothesis is

Step 3: METRIC AND CRITERIA
We are right if

Step 4: RESOURCE NEEDS

People	Materials

Step 5: PROCEDURE
Our procedure is

Step 6: OBSERVATIONS
Our observations were

Step 7: CONCLUSION
Our hypothesis was

Validated

Invalidated

Uncertain

Danke dass ihr solche themen auch in kostenlosen runden uns mit an die hand gebt, die wir auch direkt im täglichen doing nutzen können

Die Übungen dazu waren sehr hilfreich

Merci für die Vorbereitung. War sehr informativ und die Gruppenarbeit war richtig gut

Tolles Thema mit dem ich mich bisher noch nicht wirklich beschäftigt habe.

Super interessantes Thema und tolle Zusammenarbeit in den verschiedenen Gruppen. Würde gerne noch mehr zur Formulierung von Hypothesen erfahren und hier noch mehr üben wollen.

danke auch für die interaktive sessions, direkte anwendung bringt viel mehr als nur ein vortrag oder powerpoints

Sehr spannendes Thema, das im Alltag leider oft unter geht. Ich hoffe nun weniger, nehme auf jeden Fall einige mit. Vielen Dank euch für den wie immer hervorragenden Event!

Sehr gutes Thema mit Praktischen Übungen. Vor allem die Übungen in der Gruppe bringen einen Mehrwert. Ich werde es sicher ab und zu in der Praxis anwenden.

Sehr viele sehr gute Impulse, vielen Dank an alle!

Wir freuen uns über Euer Feedback zum Live-Event "Assumption Mapping"

Zu wenig Zeit für das wichtige und interessante Thema! Ein halber Tag wäre nice. Ich bin wie immer sehr dankbar und schätze Euren Invest! Ein Hooray an die Produktwerker

Sehr gute praktische Übungen, einfaches Beispiel von euch, womit wir als Gruppe gut starten konnten.

Ein spannendes und anwendbares Thema schnell und nachvollziehbar erfahren. Super!

Ich schreibe hier jedes Mal das gleiche, weil ihr immer überzeugt: Danke für euer großartiges Format, für mich die perfekte Mischung. Immer motivierend und inspirierend. Netzwerken als Kirsche oben drauf.

Kannte ich noch nicht und werde ich gut nutzen können, vielen Dank!

Das gute Wetter konnte und hat mich (zum Glück) nicht abgehalten Euer Session fern zu bleiben! Ein Fest

Vielen Dank, wie immer schön die Mischung aus Übung und Theorie. Und jetzt auch mal was von Marty Cagan. Nice!

Sehr gutes Thema

Uhrzeit 16-18 finde ich persönlich bisher am besten!

Spannendes Thema - danke für die Impulse!

Erneut sehr gut investierte Zeit meinerseits

THX DANKE FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT

Kennt ihr schon unseren Podcast? Hier geht's zu passenden Podcast-Folgen:

- <https://produktwerker.de/kontinuierliche-product-discovery-in-teams-etablieren/>
- <https://produktwerker.de/product-discovery-in-scrum-integrieren/>

