umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

VORLAGE ZUM AUSFÜLLEN

Product Vision Board

PROJEKT / TEAM

DATUM

VERSION

1 Vision

Warum gibt es dieses Produkt? Welche positive Veränderung soll es bewirken? Ein bis zwei Sätze

2 Zielgruppe

Welche Menschen oder Märkte sprechen wir an? Wer sind Nutzer, wer Käufer?

3 Bedürfnisse

Welches Problem lösen wir? Welchen Nutzen stiften wir?

4 Produkt

Was ist das Produkt? Was macht es besonders? Ist es machbar?

5 Geschäftsziele

Was hat das Unternehmen davon? Umsatz, Marke, Kosten? Woran messen wir das?

Product Vision Board: Roman Pichler, romanpichler.com, deutsche Fassung und Gestaltung Florian Knust

Lizenz: CC BY-SA 4.0

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

SO GEHST DU VOR

Product Vision Board

WOFÜR DIE VORLAGE GUT IST

Das Product Vision Board bringt Vision und Produktstrategie auf eine Seite. Es beantwortet: Für wen bauen wir was, warum, und was hat das Unternehmen davon.

SCHRITT FÜR SCHRITT

1. Vision formulieren: kurz, inspirierend, ohne Funktionen.
2. Zielgruppe beschreiben. Lieber eng als breit.
3. Bedürfnisse der Zielgruppe festhalten, das wichtigste zuerst.
4. Produkt in drei bis fünf Merkmalen skizzieren.
5. Geschäftsziele mit Kennzahlen ergänzen.
6. Mit Stakeholdern abstimmen und Annahmen testen, bevor die Roadmap entsteht.

TIPPS AUS DER PRAXIS

- Die Vision bleibt lange stabil. Die vier Felder darunter ändern sich mit dem, was ihr lernt.
- Markiert Annahmen, die ihr noch nicht belegt habt, mit einem Fragezeichen.
- Das Board ist die Grundlage für die Roadmap, nicht ihr Ersatz.

GRENZEN DER METHODE

Das Board zeigt Richtung und Strategie, aber keine Details zu Umsetzung, Kosten oder Zeit. Für ein ganzes Portfolio braucht ihr mehrere Boards.

HERKUNFT

Entwickelt von Roman Pichler, veröffentlicht unter CC BY-SA 4.0 auf romanpichler.com.



Florian Knust

Interim CPO, Produkt- und KI-Experte aus Hamburg, Dozent an der Hochschule Fresenius

Diese Vorlagen nutze ich in Interim-Mandaten, Workshops und an der Hochschule. Du willst sie mit deinem Team einsetzen oder brauchst jemanden, der den Workshop moderiert? Schreib mir.

florian.knust@umbrellatoday.de
umbrellatoday.de/florian-knust

ALLE VORLAGEN KOSTENLOS

SWOT, BCG-Matrix, Business Model Canvas, Lean Canvas, Persona, Eisenhower-Matrix und mehr: umbrellatoday.de/downloads

umbrellatoday
Methodenkoffer von Florian Knust

BEISPIEL: VELO-ABO HAMBURG

Product Vision Board

Velo-Abo Hamburg (fiktives Beispiel): E-Bikes im Monatsabo für Berufspendler, mit Wartung und Diebstahlschutz.

1 Vision

Jeder in Hamburg kommt ohne Auto entspannt zur Arbeit.

2 Zielgruppe

- Berufspendler mit 5 bis 20 km Arbeitsweg
- Arbeitgeber mit Mobilitätsbudget

3 Bedürfnisse

- Schnell und verlässlich ankommen
- Keine große Anschaffung
- Kein Ärger mit Wartung und Diebstahl

4 Produkt

- E-Bike im Monatsabo
- Wartung vor Ort
- Ersatzrad in 24 Stunden
- App für Termine und Schäden

5 Geschäftsziele

2.000 Abos im ersten Jahr
- Kündigungsrate unter 3 % pro Monat
- Bekannteste Abo-Marke für E-Bikes in Hamburg

Product Vision Board: Roman Pichler, romanpichler.com, deutsche Fassung und Gestaltung Florian Knust
Lizenz: CC BY-SA 4.0