

## **NRW.**INNOVATIONSPARTNER

#### Kommunikations-Kampagne innovativ.macher.

Abschlusspräsentation der Ausbildung zum Innovation Coach von Pia Tovar

Münsterland, 18.12.2020



gefördert durch

Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen



## Kommunikations-Kampagne zur Bewerbung von Best Practices aus der Innovationsberatung

Zielgruppe: Entscheidungsträger in KMU

#### Herausforderung

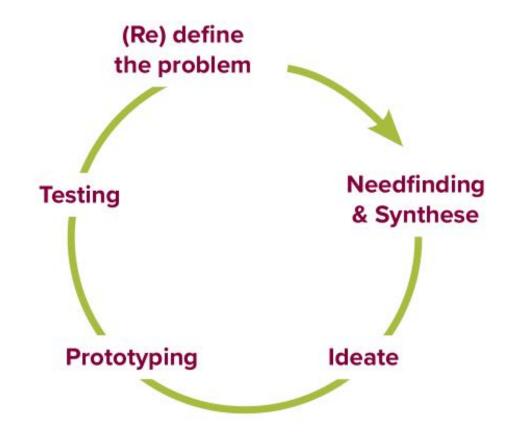
- Beratungsangebot ist nicht ausreichend bekannt.
- Hemmungen, Beratung in Anspruch zu nehmen.
- Kommunikation häufig eher informativ als motivierend.

#### Lösung



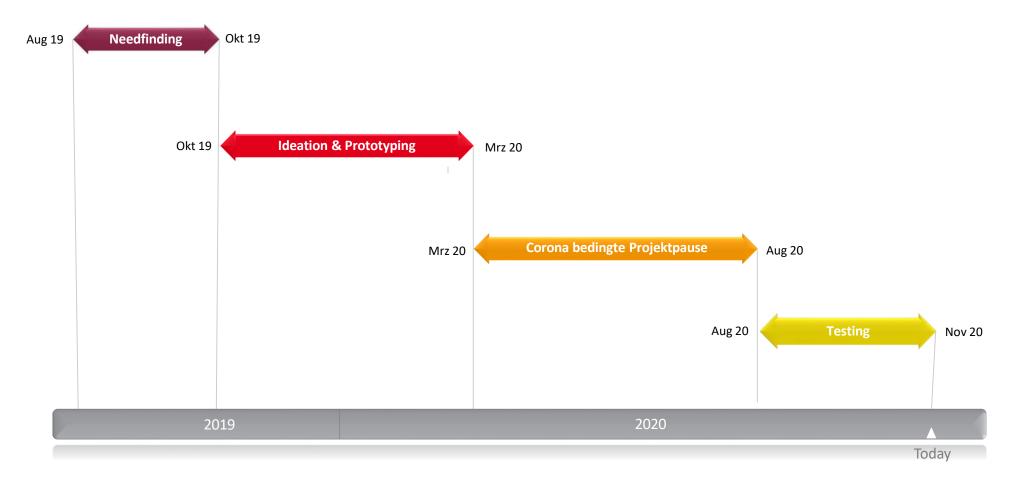


## Konzeption der Kampagne entlang des Mikrozyklus der Design Thinking-Methode





### Zeitplan: Kampagne



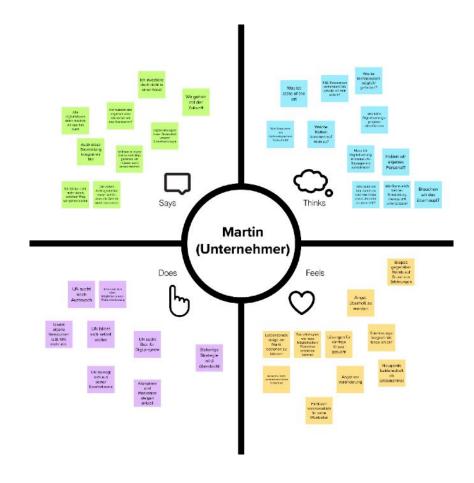


### **Needfinding**

#### 1. Recherche & Interviews

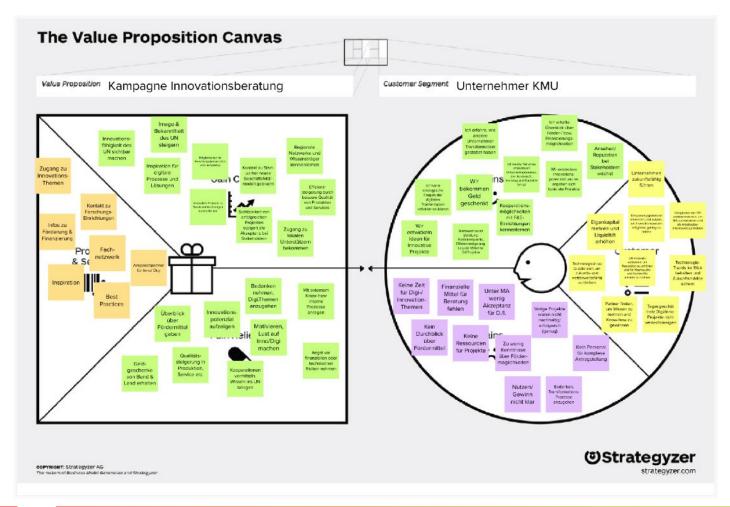
- Bestehende Best Practice Beispiele
- Informationsquellen: Fördermittel, Beratungsangebote
- Interview Projektträger
- Interviews Projektpartner

#### 2. Empathy Map



## **Needfinding & Synthesis**

#### 3. Online-Workshop mit Zoom und Mural





6

#### **Ideation**

1. Workshop: Ideenfindung

2. Workshop: Ideenanreicherung & -filterung



Innovationsheld



Mach's wie Willi!



innovativ.macher.

## Prototyping & Testing: Kampagnen-Design

Test des Kampagnen-Claims (im Flughafen-Terminal mit Touristen und Geschäftsreisenden)





- Dynamik & Farbe gefallen
- Cool, Aktivität
- Das Bild des "abhebenden" Männchens passt durchaus, nur der Begriff "Held" wirkt zu abgehoben



#### Mach's wie Willi! (2)

- Claim ist einprägsam.
   Funktioniert nicht mit anderem Namen.
- Keine Verbindung zum Thema Innovation erkennbar, ist beliebig



innovativ.macher. (17)

- Farbe, Claim ansprechend
- Suggeriert Erfolg, symbolisiert "Macher"
- Verständlich, bodenständig, sympathisch
- Spricht Unternehmer an

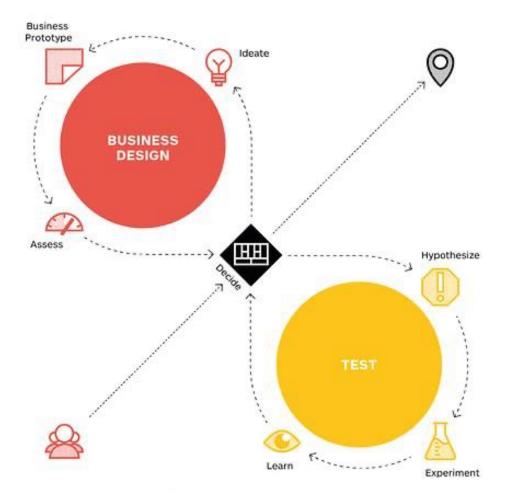


### **Prototyping & Testing: Kampagnen-Design**

**Ergebnis des Logo/Claim-Test** 



- Pfeil als richtungsgebendes Gestaltungselement
- Hauptfarbe blau mit Akzenten in grün und gelb
- Interviews mit Unternehmern



#### **©**Strategyzer

# Prototyping & Testing: Kampagnen-Inhalte

Test von Inhalt und Aufbau der Kampagnen-Website als iterativer Prozess während der Umsetzung.



#### **Prototyping & Testing: Kampagnen-Inhalte**

Mockup der Kampagnen-Website zum Testen der Wertangebote



Anhand der Ergebnisse aus dem Value Proposition Canvas wurden drei Wertangebote für die Kampagne identifiziert.

Mit einem Mockup der Kampagnen-Website werden die Wertangebote getestet:

- Kooperationen
- Innovationsberatung
- Förder- bzw.
   Finanzierungsthemen

Test Card		© Strategyzer
Befragung Unternehmer		30.10.20
Pia Tovar		30 Minuten
STEP 1: HYPOTHESIS		
We believe that  Unternehmen Interesse an Best Practices für Innovationsprojekte aus  Unternehmersicht haben, um Inspiration für eine mögliche Beratung zu bekommen.		
To verify that, we will  Unternehmer ansprechen und ihnen 3 alternative Angebotsschwerpunkte der Innovationsberatung zur Auswahl zeigen.		ternative Angebots- nkte der Innovations-
And measure	welches Wertangebot am attraktivsten ist. (Max. 3 Fragen: Welche Variante? Warum? Welche Lösungen erwarten Sie bei diesem Wertangebot?)	
STEP 4: CRITERIA		
We are right if	wir liegen richtig, wenn 25-30% der befragten Unternehmer, sich eindeutig für eine Variante der Startseite entscheiden.	
Copyright Strategyzer AG	The makers of Business Model Generation and Strategyzer	

# 1. Testing: Kampagnen-Inhalte

Mit Hilfe der Test Card führen wir kurze Interviews mit den Unternehmern.

Wir stellen folgende Fragen:

- 1. Welches Thema spricht Sie am meisten an?
- 2. Warum?
- 3. Welche Lösungen erwarten Sie von diesem Angebot?

Die Kampagne wird vorab nicht bildlich erläutert. Die Befragten sollen möglichst unreflektiert, auf emotionaler Ebene antworten.



## **Prototyping: Kampagnen-Website**

www.innovativ-macher.de





## 2. Testing: Kampagnen-Inhalte

www.innovativ-macher.de

Testing mit Hilfe der Klickzahlen:
Wenn die Kampagne online ist, werden
wir die gewählte Priorisierung der
Beratungsthemen überprüfen.



## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Pia Tovar tovar@muensterland.com