



MEGATREND
BEDÜRFNISSE

Anleitung

Das ermöglicht diese Methode

Leistet Megatrend-Überzeugungsarbeit, indem ihr euer Produkt- & Service-Angebot durch die Augen von Megatrend-Personas betrachtet.

Prüft, womit ihr diese Trendkund*innen jetzt schon begeistern könnt und entwickelt Trendkompatible Lösungen.

zukunftsInstitut

WORKSHOP

1 Kennenlernen & Empathie aufbauen



Startet mit einer Megatrend-Persona eurer Wahl.

Lest den Text auf der Karte und scrollt durch das Instagram-Profil der Persona, wenn ihr sie noch besser kennenlernen wollt.

Für die Dauer der Übung ist diese Persona euer Kunde bzw. eure Kundin.

Baut Empathie auf und stellt euch vor, die Persona sei ein Familienmitglied, euer Schwarm oder ein Klient, den ihr als Anwältin vertretet.

Behaltet diese Haltung bis zum Ende der Methode bei.



Über den QR-Code oder diesen Link <https://www.zukunftsinstitut-workshop.de/guc3/> gelangt ihr zum Arbeitsblatt. Dieses könnt ihr sowohl digital als auch analog bearbeiten.

2

Kontakt aufbauen

Überlegt, wo die Megatrend-Persona, bereits bestehende Berührungspunkte zu eurer Branche haben könnte.

Blickt dann durch die Augen der Persona auf euer bestehendes Angebot: Kürt ihre Favoriten aus dem, was ihr anbietet.

Notiert anschließend, was die Persona daran hindern könnte, euer (bereits bestehendes) Angebot anzunehmen.

A 3x4 grid of sticky notes is shown within a thick black border. The grid is organized into three horizontal sections, each with a header label on the left:

- Branchen-Berührungspunkte** (top section): The header is on a black sticky note. There are 12 light gray sticky notes scattered in the grid cells.
- Angebotsfavoriten** (middle section): The header is on a light gray sticky note. There are 12 light gray sticky notes scattered in the grid cells.
- Hindernisse** (bottom section): The header is on a medium gray sticky note. There are 12 medium gray sticky notes scattered in the grid cells.

