

VORGEHEN – MBX-METHODE



1. MBX AUSWAHL

Die MBX-Methode basiert auf der Zusammensetzung der Matchteilnehmer. Die Zielpersonen wählen wir nach folgenden Kriterien aus:

BASE

an der Basis,
Praxisbezug, bewegen
sich täglich im Thema

NETWORK

vernetzte Personen
direkt im Umfeld des
Themas oder außerhalb,
gewinnbringend für das
Thema

CREATIVEEE

kreativer Part,
mit der Fähigkeit
unkonventionell, mit
eigener Methodik und
Logik Themen zu sehen
und zu verorten

WERT

Größe oder Relevanz
der Person oder des
Unternehmens für das
gegebene Thema

2. MBX-WORKSHOP 1

Je nach definierter Sprungweite wird das Thema eingegrenzt.

Der erste Workshop dient zur Bedarfsanalyse. Sie dient ähnlich wie die SWOT-Analyse zur Einschätzung von Vorteilen, Hemmnissen und Chancen. Die Befragung passt sich der Kommunikationsweise der Teilnehmer an. Je nach Team werden gezielt Fragen gestellt und systematisch dokumentiert oder im Gespräch spontan interveniert. Anschließend werden alle Aussagen intern zugeordnet.

3. MBX ITERATIVE SCHLEIFE

Die Ergebnisse des Kick-Offs werden in Bezug auf Zeit und Machbarkeit sowie Größe des Nutzenfaktors bewertet und als Vorschlag schriftlich oder mündlich in der Gruppe vorgestellt. Ziel ist es zu vergleichen, ob die Erkenntnisse und der Lösungsvorschlag von MBX deckungsgleich mit denen der Teilnehmer sind.

4. MBX-WORKSHOP 2

Der MBX-Workshop 2 dient der spezifizierten Entwicklung einer Lösung. Die Implementierung dieser Lösung folgt je nach Zielgruppe, Umsetzungspartner und Art (Konzept/Kampagne/Produktentwicklung/Businessplan).

