

Lightning decision jam

Door een serie opdrachten zal je als eerste bezig zijn om de merkbeleving, de doelgroep en mogelijke obstakels helder te krijgen. Vervolgens wordt dan de Customer Journey uitgetekend.

CHALLENGES & HMW'S

Formuleren van blokkades, verbeterpunten en de mogelijke oplossingen

COSTUMER JOURNEY

De klantervaring, op basis van vooraf opgeleverde persona's, in kaart brengen

PLANNING EN ROLVERDELING

Wat is de effectiefste werkwijze en wie is bij wat betrokken

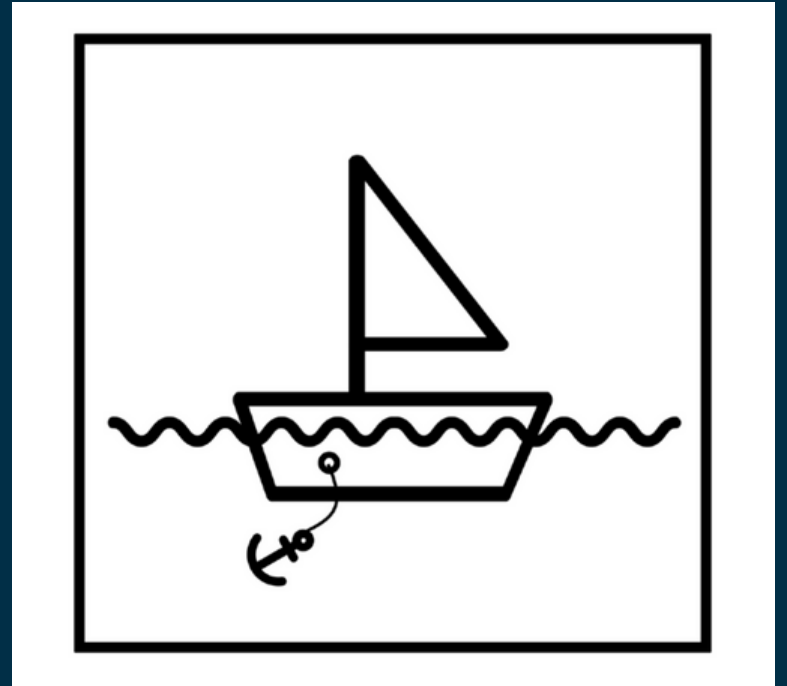
Wat is een Lightning decision jam

Een Lightning Decision Jam, oftewel LDJ, is dé manier om snel grote problemen op te lossen. Het vervangt chaotische vergaderingen door een duidelijk proces. In slechts 40 minuten krijg je betrokkenheid, energie en concrete resultaten.



Wat is het Doel?

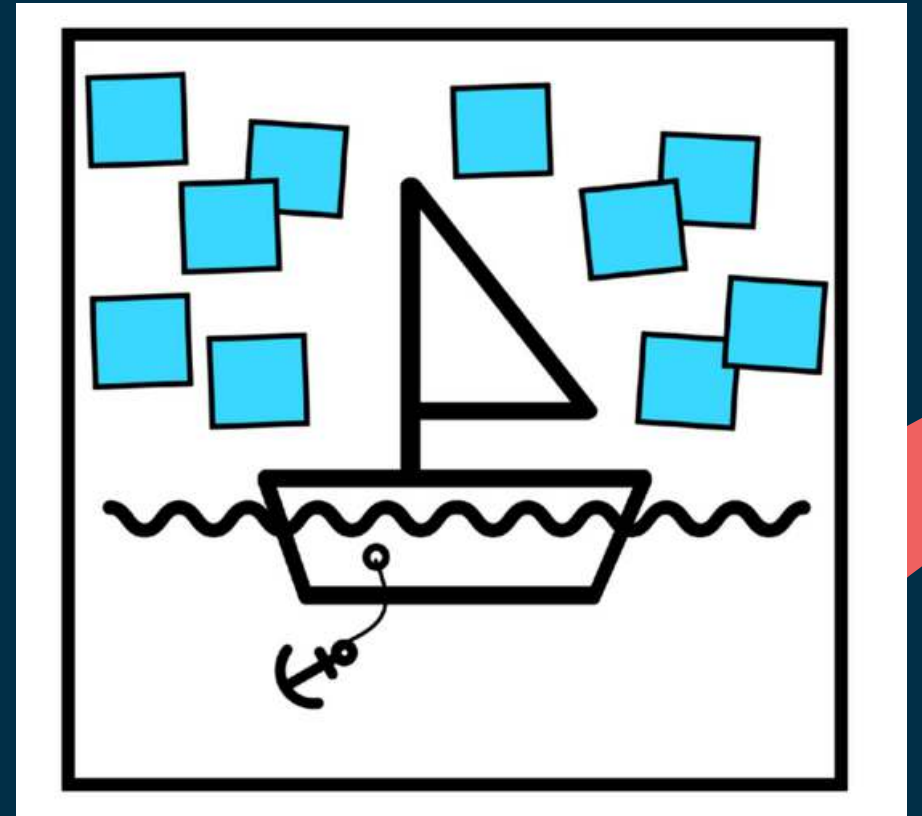
Een nieuwe site anno 2023 stijl die meer leads en conversie opleverd (en makkelijk in gebruik is)



Stap 1: beginnen met de positieven (7 min)

Voordat we ons richten op uitdagingen en problemen, willen we een lekker makkelijk beginnen met het verzamelen van alles wat goed werkt.

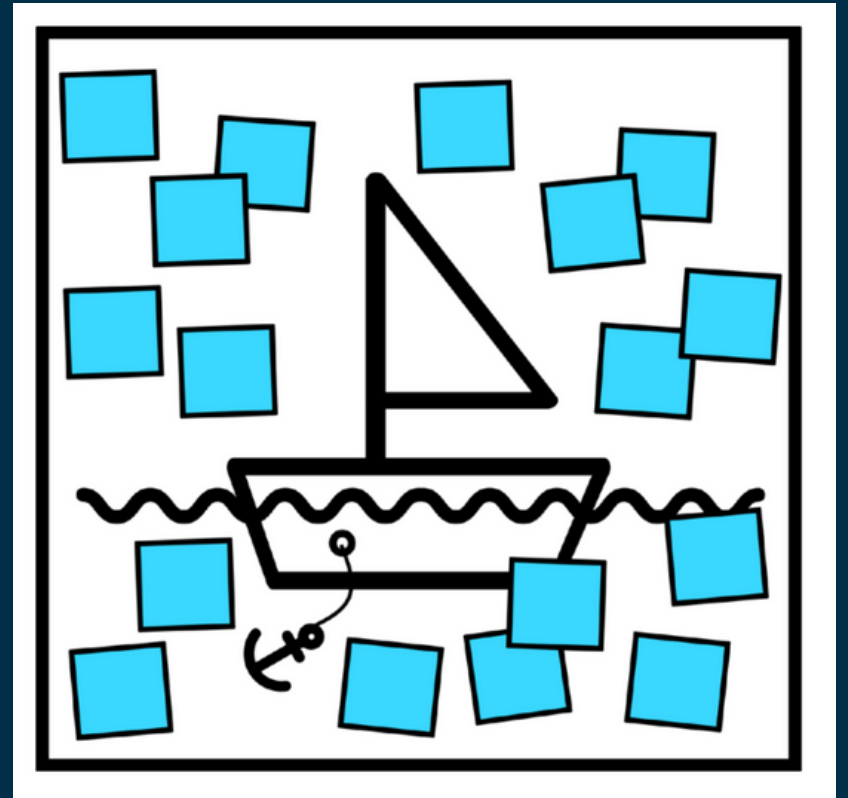
- schrijf 3 dingen op die nu goed werken.



Stap 2: wat zijn de problemen (5 min)

Nu besteedt iedereen een aantal minuten om alle opgaven te verzamelen, frustraties, fouten of zorgen die in je opkomen met betrekking tot het onderwerp.

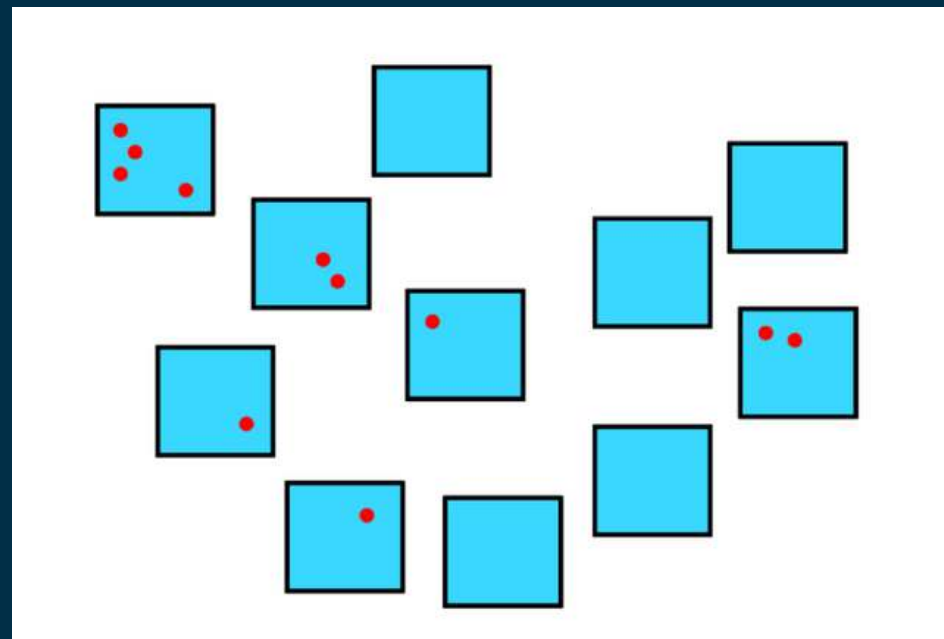
- schrijf 3 a 4 dingen op die niet goed werken.



Stap 3: Pak de belangrijkste problemen (3 min)

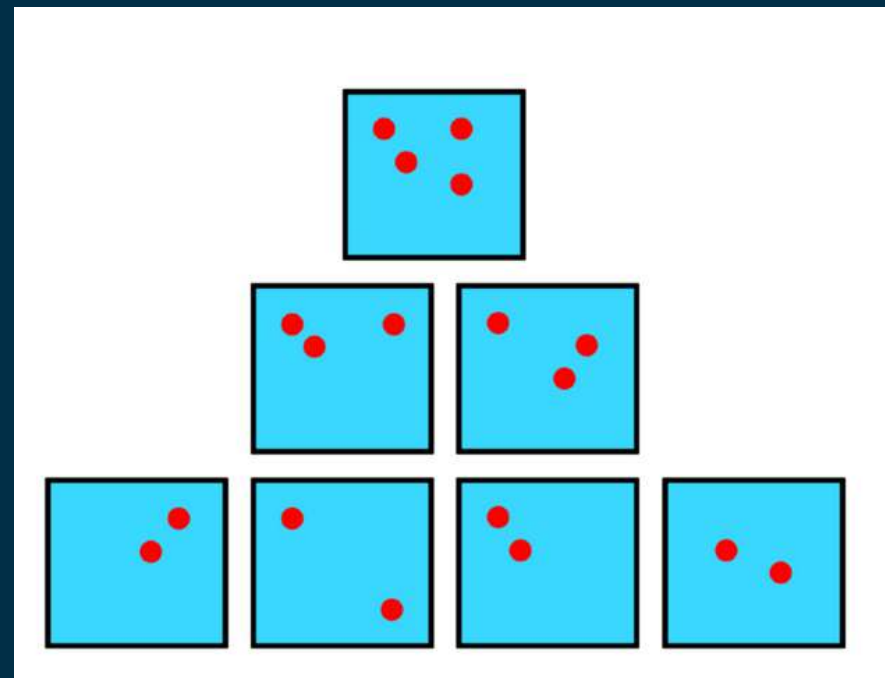
Nu stemt iedereen op de minpunten die zij het meest belangrijk en relevant vinden om op te lossen. discussie.

- Plak een puntsticker op de volgens jij grootste / belangrijkste problemen.



Stap 4: volgorde belangrijkste problemen (1 min)

De belangrijkste problemen worden nu gecategoriseerd in
meest naar minst belangrijk



Dit noemen wij de kerstboom

Stap 5: Herformuleer de problemen als uitdagingen (3 min)

Het best beoordeelde probleem wordt omgezet in een standaard uitdaging waar we een heleboel oplossingen voor kunnen bedenken.

De uitdaging wordt geformuleerd als "Hoe Zouden We" (HZW) vragen.

Dit is een superhandige techniek die Google en Facebook gebruiken om uitdagingen te formuleren. HZW:

- HOE geeft aan dat we actie kunnen ondernemen en oplossingen kunnen vinden.
- ZOUDEN suggereert dat er meer dan één mogelijke oplossing is.
- WE geeft aan dat we samenwerken en voortbouwen op elkaars ideeën.



Stap 6: Verzin een heleboel oplossingen (6 min)

Nu jullie 5 minuten de tijd om zoveel mogelijke oplossingen voor de HZW op te schrijven.

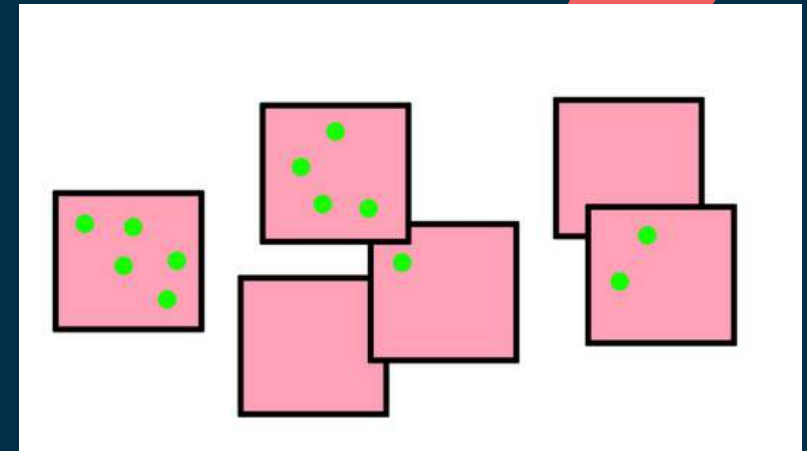
- kwantiteit boven kwaliteit (Het is beter om een overvloed aan halfbakken ideeën te hebben, met één of twee goede ideeën, dan slechts een handvol middelmatige ideeën.)
- Oplossingen zo kort en duidelijk mogelijk formuleren



Stap 7: Selecteer belangrijkste oplossingen (5 min)

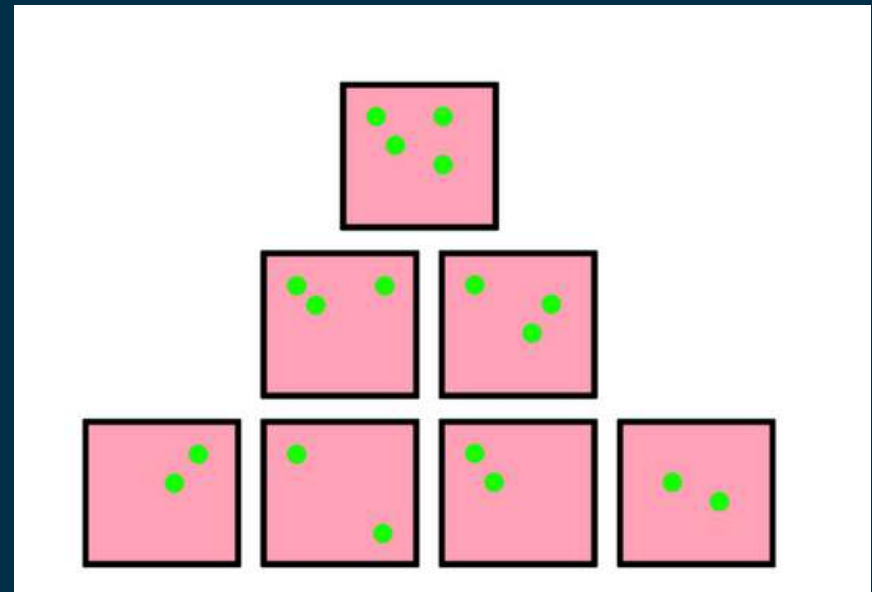
Nu selecteren we de belangrijkste oplossingen dmv de plakstickers.

- je krijgt 6 stickertjes om te stemmen op de oplossingen die ze het beste vinden voor de HZW.



Stap 8: Volgorde belangrijkste oplossingen (1 min)

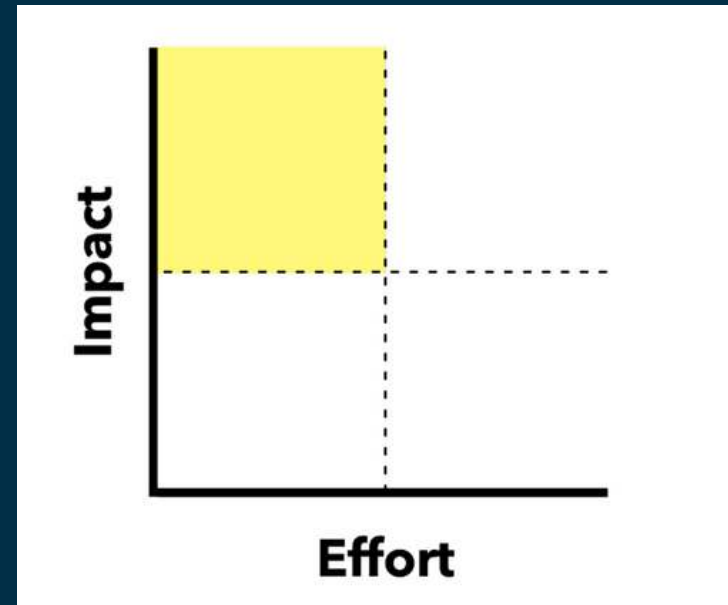
De belangrijkste oplossingen worden nu gecategoriseerd
in meest naar minst belangrijk



Stap 9: Beslis waar we mee aan de slag gaan (10 min)

Voor dit deel moeten we een Effort/Impact-schaal maken. Het is eigenlijk gewoon een vierkante doos met twee assen.

- Aan de onderkant hebben we de "Inspanning"-as, die aangeeft hoeveel tijd en werk er nodig is om het idee uit te voeren.
- Aan de linkerkant hebben we de "Impact"-as, die laat zien hoeveel het probleem opgelost wordt door de oplossing.



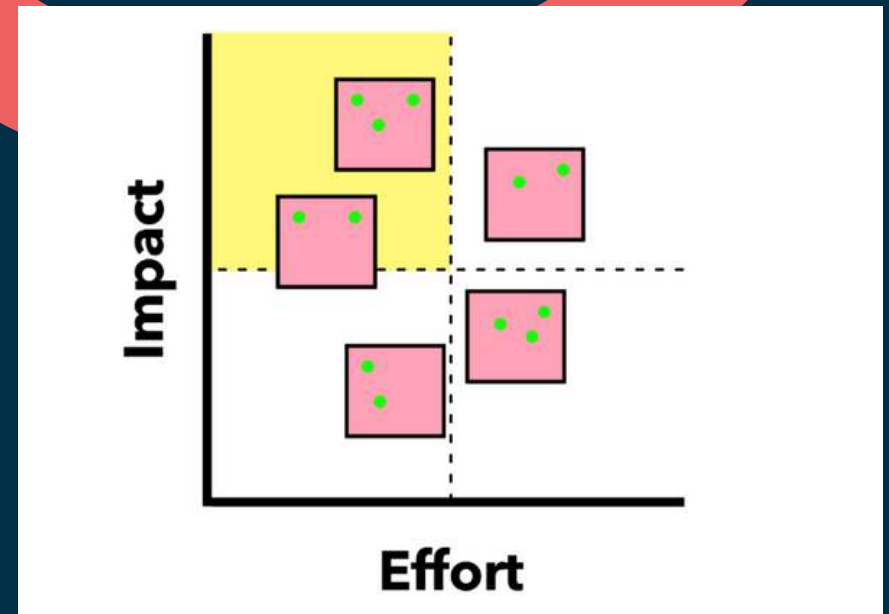
Stap 10: Beste oplossingen

Welke oplossingen levert het meeste op met de minste inspanning. Welke oplossingen kun je meteen uitvoeren, welke moet je als een groter project aanpakken en welke je even aan de kant moet zetten.

In de rechterbovenkant zie je oplossingen met een grote impact die meer tijd en inspanning zullen vergen.



Linksboven is onze 'sweet spot'



Het resultaat

