

BettercallxPaul

BCXP

AI PROJECT

CANVAS

B C X P . D E

BCxP AI PROJECT CANVAS

BettercallPaul wurde im Jahr 2012 mit dem Ziel gegründet, außergewöhnliche Software für geschäftskritische Vorhaben zu bauen, um so deinem Unternehmen zu einer für deine Situation und deine Zwecke optimalen Softwarelösung zu verhelfen. Mit Standorten in München, Stuttgart und Berlin realisieren unsere rund 130 Mitarbeiter:innen für unsere Kunden Lösungen in den Bereichen individuelle Software und Architektur, Enterprise Architektur, Prozessgestaltung, Machine Learning & Data Science und Projektmanagement.

Der Schlüssel zu einem erfolgreichen Projekt liegt darin, zu Beginn die richtigen Fragen zu beantworten. Mit dem AI Project Canvas liefern wir dir genau diese Fragen.

Warum du den AI Project Canvas nutzen solltest und vor allem wann:

Speziell in den Bereichen Machine Learning, Data Science und AI stellen wir immer wieder fest: Die Angst davor, etwas zu verpassen, kann zu Projekten führen, die an unrealistischen Erwartungen scheitern, keine Nutzer:innen finden, die die Lösung benötigen, oder nicht ausreichend Nutzen für das Geschäft generieren.

Der AI Project Canvas hilft dir, diese Fallen zu umgehen und dein Projekt vom erfolgreichen Ende her zu denken und zu strukturieren.

Auf diesen drei Kernthesen ist unser Canvas aufgebaut:

1. Konzentriere dich auf dein Kerngeschäft

Im Kerngeschäft liegt eure Expertise und das größte Potenzial. Mit dem hundertsten HR-ChatBot ist kein Blumentopf zu gewinnen.

2. Bedürfnisse + Fähigkeiten + Motivation zusammenbringen

Nur eine Lösung, die benötigt wird, die realistisch zu bauen ist und für die die Mitarbeiter:innen motiviert werden können, wird am Ende erfolgreich sein.

3. Keine Geschäftsergebnisse ohne Verhaltensänderung

Wenn sich alle so verhalten wie bisher, wird das Geschäft auch nicht erfolgreicher sein als bisher. Deshalb gilt: Zielgerichtete Erkenntnisse führen zu Entscheidungen, die Verhaltensänderungen bewirken. Diese ergeben dann greifbare Geschäftsergebnisse.



BEDÜRFNISSE, GESCHÄFTSERGEBNISSE UND VERHALTENSÄNDERUNG

DIE NACHFRAGE IN EINEM SATZ: Welchen Bedarf deckt die Lösung ab?

GEWÜNSCHTE GESCHÄFTSERGEBNISSE

Welche mögliche Auswirkung hat die Lösung auf das Geschäft? (Häufigkeit, betroffene Personen, Kosten, Einnahmen, Markteinführungszeit, ...)

Welcher Aspekt der Leistung wird verbessert (Kosten, Einnahmen, Qualität, Zeit, Kundenzufriedenheit, ...)?

Wie kann gemessen werden, ob das Projekt das gewünschte Geschäftsergebnis erreicht hat?

ERFORDERLICHE VERHALTENSÄNDERUNG

Welche Schlüsselverhaltensweisen werden von der Lösung beeinflusst und treiben die gewünschten Geschäftsergebnisse voran?

Wie wird das Geschäft heute betrieben?

Inwiefern wird sich die Arbeitsweise der Menschen ändern, sobald die Lösung implementiert ist?

UNTERSTÜTZTE ENTSCHEIDUNGEN

Welche Entscheidungen über Maßnahmen können oder müssen getroffen werden?

Wer entscheidet über die zu ergreifenden Maßnahmen?

Was wird heute bei diesen Entscheidungen berücksichtigt?

Wann und wie oft werden diese Entscheidungen normalerweise getroffen?

BENÖTIGTE HANDLUNGS-ORIENTIERTE ERKENNTNISSE

Welche Informationen werden heute genutzt, um den Prozess/die Entscheidungen zu unterstützen?

Welche Informationen sind schwer zu beschaffen, aber mit Sicherheit verfügbar?

Welche Informationen sind wichtig, aber unsicher oder unzuverlässig?

Welche Informationen könnten Entscheidungen über Trade-offs vereinfachen?

KERNGESCHÄFT, FÄHIGKEITEN UND MOTIVATION

WELCHE FÄHIGKEITEN WERDEN GEBRAUCHT?

Gibt es bereits ein Produkt, das das Problem ausreichend löst, oder müssen wir eine individuelle Lösung entwickeln?

Haben wir die Fähigkeiten, dies alleine zu tun, oder sollten wir mit einem externen Partner zusammenarbeiten?

Liegen uns die notwendigen Daten vor? Falls nicht: Können diese aus dem Prozess generiert werden (z. B. Anwendung der „BettercallPaul No data strategy“)?

Wie viel Investition (Personal, Geld, Zeit) wird heute in den Bereich/Prozess gesteckt, den du anvisierst?

Welche einzigartige Expertise bringt deine Organisation in diesem Bereich mit?

Würden Außenstehende deiner Firma zustimmen, dass ihr große Expertise in diesem Bereich besitzt?

Hast du bereits maßgeschneiderte Lösungen für den Prozess implementiert?

WORIN LIEGT DIE MOTIVATION?

Welche Probleme stehen auf der Agenda der Geschäftseinheiten für die Umsetzung der Strategie? Welche Projekte und Maßnahmen sind bereits beschlossen?

Wer ist der interne Kunde? Wer möchte, dass es gelöst wird? Wer möchte dafür bezahlen?

Verfügt das Technikteam über das notwendige Geschäftsverständnis oder die Motivation, sich so tief wie nötig in das Geschäft des Unternehmens einzuarbeiten, um sicherzustellen, dass deine Arbeit nicht nur den Geschäftsbedürfnissen, sondern auch den strategischen Zielen entspricht?