

Stakeholder

- Wer hat das Projekt "in Auftrag" gegeben?
- Welche internen Ansprechpartner gestalten die Rahmenbedingungen maßgeblich mit (Nennung der Namen)?
- Welche internen Ansprechpartner sind ein wichtiger oder wertvoller Sparringspartner?
- Wen wollen wir laufend informieren?
- Gibt es externe Partner, die ein maßgebliches Interesse haben und die mit einbezogen werden sollen?

Hypothesen

Probleme / Chancen

- Welche Annahmen oder Beobachtungen sind Grundlage für das Projekt?
- Welche Probleme hat dein Unternehmen / der Kunde?
- Die Widerlegungen welcher Hypothesen würden zum Abbruch des Projektes führen?

Kunden / User

- Wer ist die primäre Zielgruppe für dein Vorhaben?
- Wer ist die sekundäre Zielgruppe für dein Vorhaben?
- Bei internen Projekten: wer sind die Anwender? Wer ist ein typischer Stellvertreter dieser Zielgruppe?
- Bei externen Projekten: wer ist der Kunde? Wer ist ein typischer Stellvertreter dieser Zielgruppe?
- Auf Basis welcher Merkmale können wir die Zielgruppen segmentieren?

Ziele / Mission

- Wenn dieses Projekt ein Erfolg war, was hat sich dann für Dich / für den Kunden / für deine Organisation verändert?
- Was passiert wenn wir das Projekt nicht umsetzen?
- Bonus: Deine Mission passt auf ein T-Shirt

Rahmenbedingungen

- Welche wichtigen Rahmenbedingungen z.B. Budgets, Timelines, personelle Constraints müssen berücksichtigt werden?
- Gibt es besondere strategische Entscheidungen die gewürdigt werden sollen?

Team / Ressourcen

- Was brauchst Du für die Umsetzung des Vorhabens?
- Welche internen Ressourcen und Mitarbeiter?
- Welche externen Partner sind hilfreich?
- Wer sollte in deinem Projektteam sein (Nennung der Namen)?

Business Value

Qualitative und quantitative Ergebnisse (Key Results)

- Welche langfristigen Mehrwerte schaffen wir für unser Unternehmen?
- Wie bzw. auf Basis welcher kurzfristigen Metriken können wir den Mehrwert und den Erfolg des Unternehmens messen?
- Welche neue Fertigkeiten / Kompetenzen hast Du mit Erreichung des Projektziels erreicht?

User Value

Qualitative und quantitative Ergebnisse (Key Results)

- Welchen langfristigen Mehrwert schaffen wir für den Anwender / Kunden?
- Wie bzw. auf Basis welcher kurzfristigen Metriken können wir den Mehrwert und den Erfolg für unsere Anwender / Kunden messen?
- Wie würden diesen Metriken unser Vorgehen und Verhalten ändern?
-