

BEYOND KOMFORTZONE

WARUM PRODUKTMENSCHEN SICH MEHR (ZU)TRAUEN SOLLTEN

SILKE KANES, HAMBURG, 07.06.24





Dieser Vortrag enthält an einigen Stellen Umgang- & Fäkalsprache.

Vielen Dank an Stefan Roock (it-agile) für die Anregung zu diesem Hinweis.



Silke Kanés

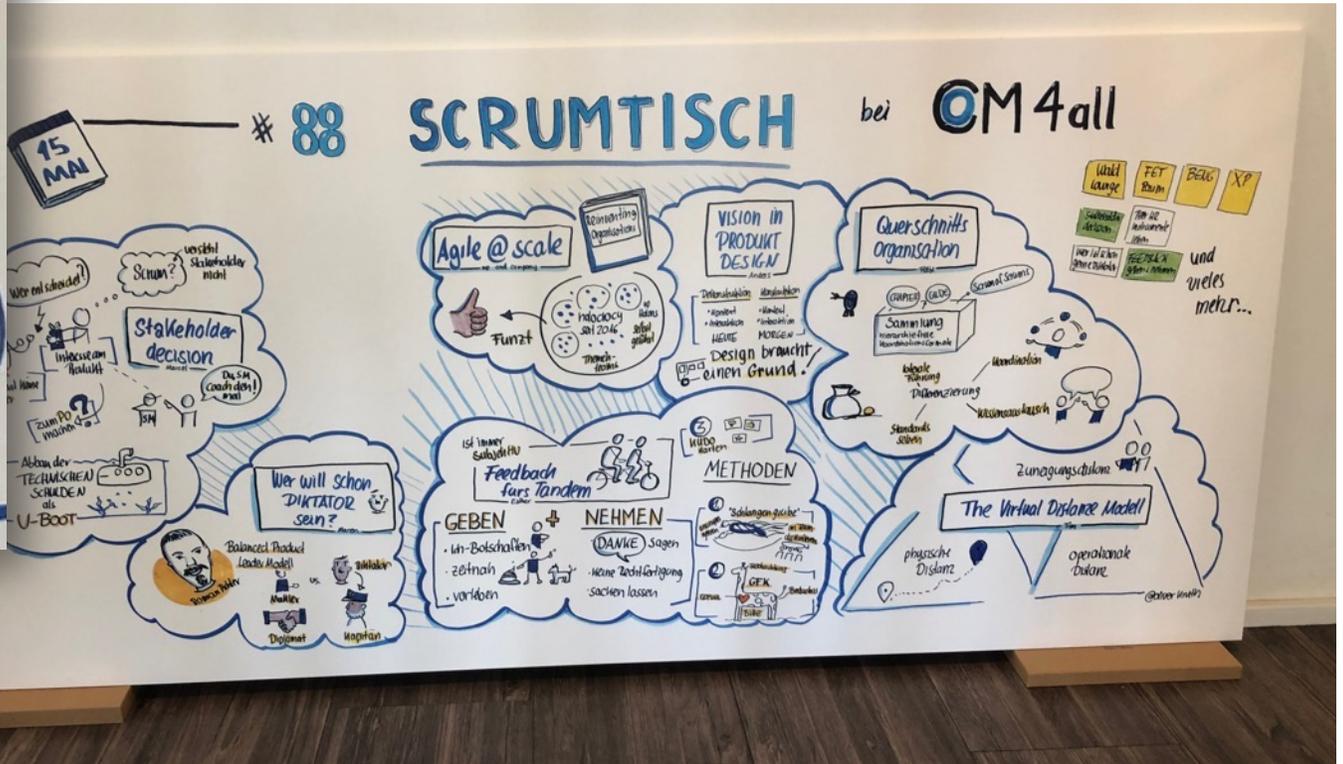
- **Strategische Beraterin** für Digitalisierung & agile Führung, Begleitung bei Transformationen & Change-Projekten
- Bis 2023 **Vorständin & Chief Product Officer** Scopevisio Group AG, Bonn (Cloudbasierte ERP-Software)
- **15 Jahre VP Product** CM4all, Köln (internationales Cloud-CMS)
- Seit **+30 Jahren** im Bereich **Software & IT** unterwegs.



müssen!

**Warum ~~sollten~~ sich
Produktmenschen
mehr (zu)trauen?**

...damit Sie ihrer Rolle als Leader für das Produkt gerecht werden!



Wahrnehmung!!!



**Produktmenschen haben
keinen 9 to 5 Job mit
bequemer Komfortzone.**



Produktmenschen tragen **Verantwortung**



**Verantwortung =
Entscheidungen treffen**



**Ja, ich will mich mehr aus
der Deckung trauen, muss
mir mehr zutrauen.**

ABER WIE?

Produktmenschen brauchen:

**MUT, STÄRKE
& DICKES FELL**



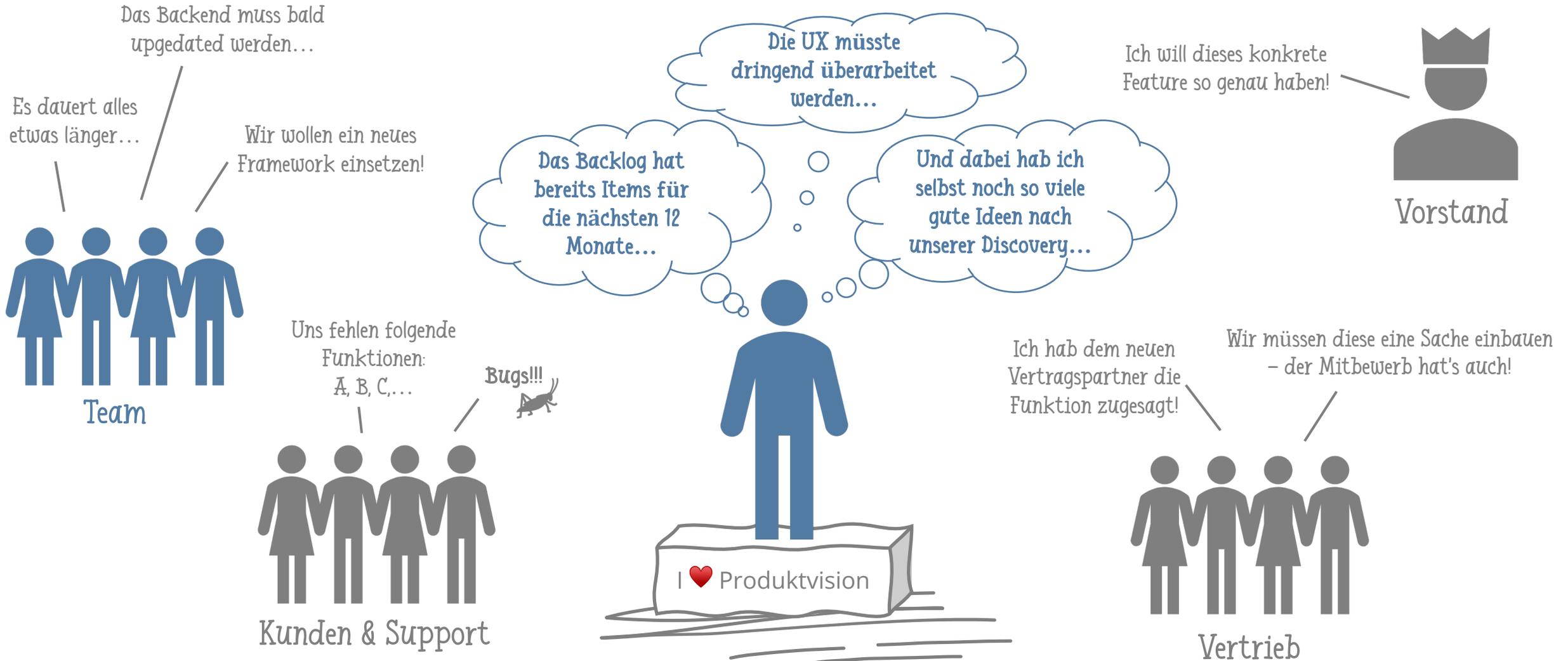


Du brauchst:

MUT

**Aber bitte im richtigen Augenblick.
100% überzeugt, das Richtige zu tun.
Am besten mit Unterstützung.**

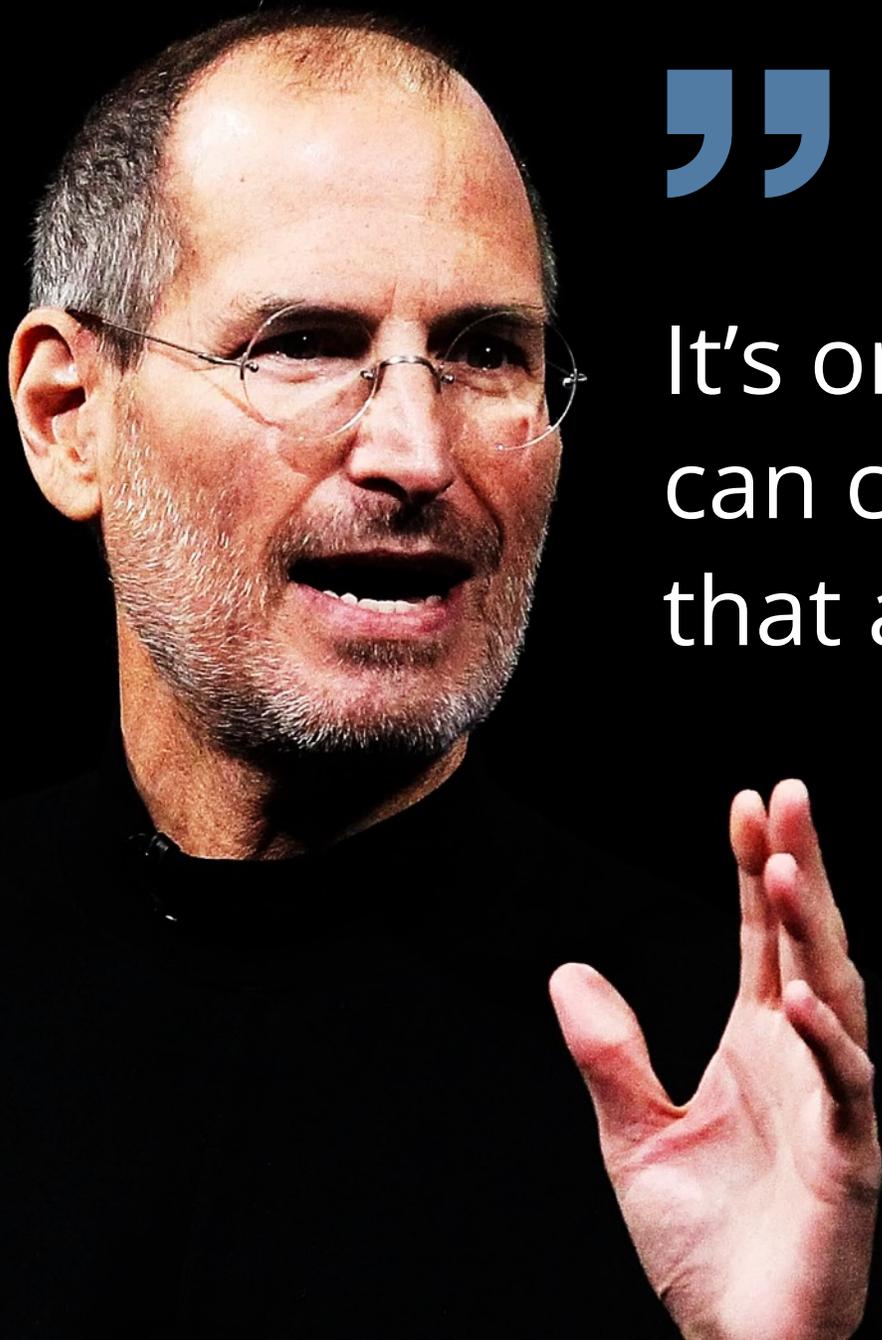
Unser tägliches Leben... (besser: unsere tägliche Nahkampf-Arena)





Es erfordert **MUT**, um aus Shakespeares
Hamlet Akt 4, Szene 5, Vers 28 zu zitieren:

"NEIN."



”

It's only by saying **,no'** that you can concentrate on the things that are really important.

Steve Jobs, 2004

Du brauchst:

STÄRKE

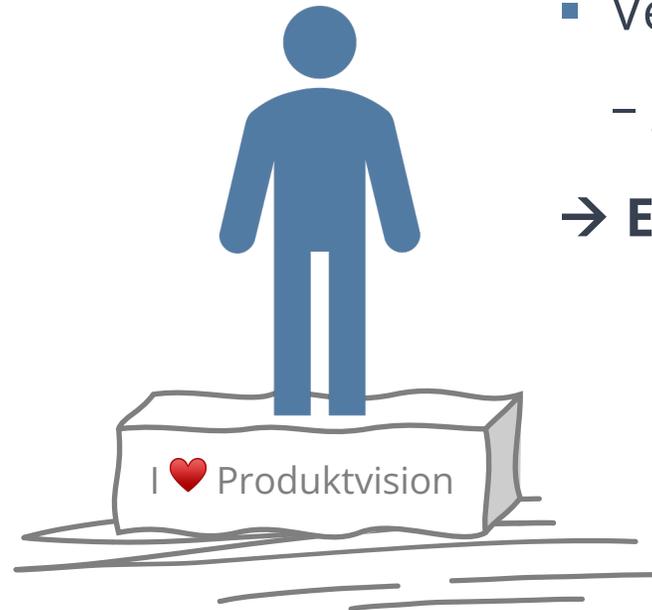
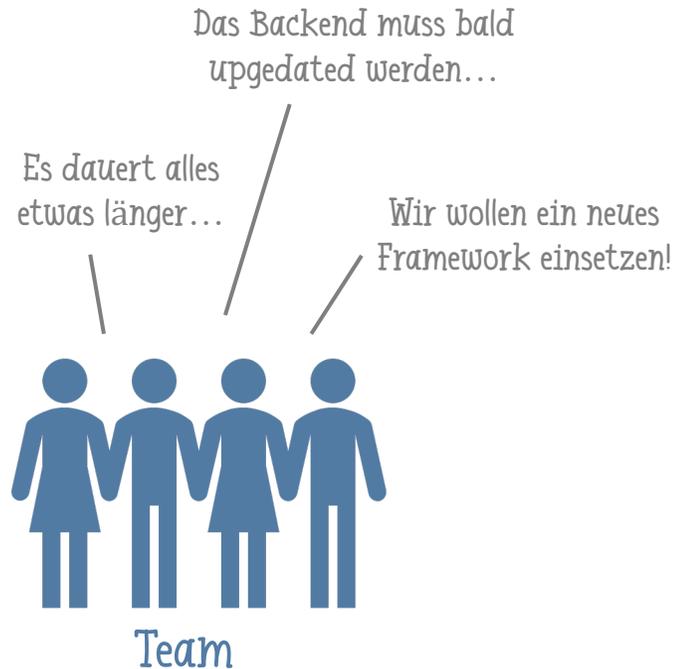
100-mal am Tag „Nein“ sagen.

Und auch dabei bleiben.

Es lebe der Fokus.

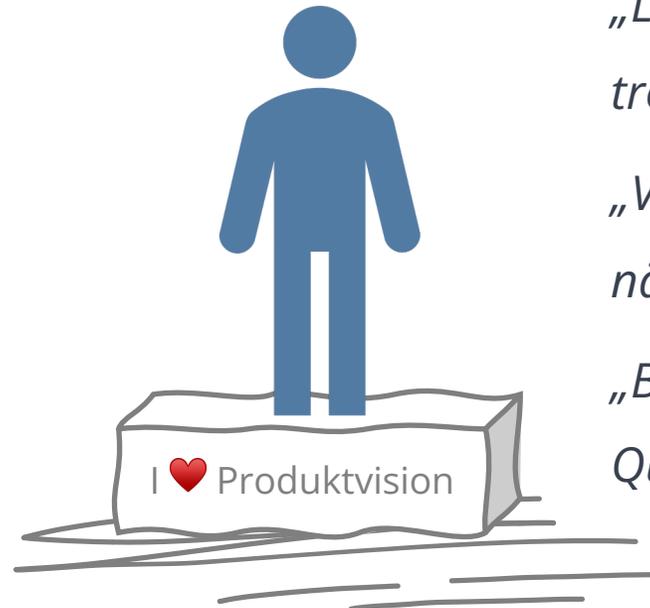


STÄRKE zeigen beim „Nein“ sagen – Input vom Team



- Input immer ernst nehmen – nie vergessen, das Team ist ein wichtiger Stakeholder!
 - Notwendiges sinnvoll mit Puffer einplanen
 - Nicht Notwendiges nicht einplanen
 - Verzögerungen frühzeitig erkennbar machen – ggfs. Kompromisse finden
- **Entscheidungen transparent begründen**

STÄRKE zeigen beim „Nein“ sagen – Input von Kunden & Support



- In den Austausch gehen, um die Fragestellung zu erfassen (Discovery)
- Bugs erfassen & priorisieren

→ Transparentes Feedback, z.B.:

„Leider dieses Jahr nicht im Fokus, vielen Dank trotzdem für den tollen Input.“

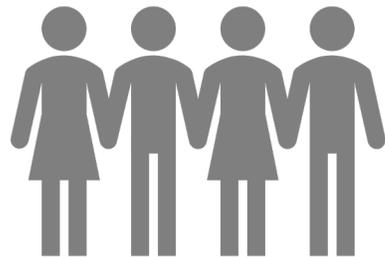
„Vorschlag wird analysiert als gute Idee für die nächste anstehende Jahresplanung in 6 Monaten.“

„Bug wird im Rahmen der geplanten Qualitätsoffensive nächstes Release gefixt.“

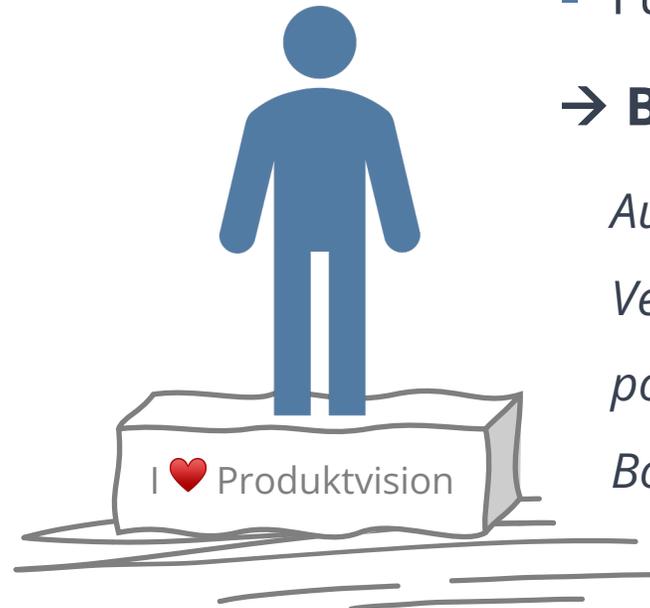
STÄRKE zeigen beim „Nein“ sagen – Input vom Vertrieb

Ich hab dem neuen Vertragspartner die Funktion zugesagt!

Wir müssen diese eine Sache einbauen – der Mitbewerb hat's auch!



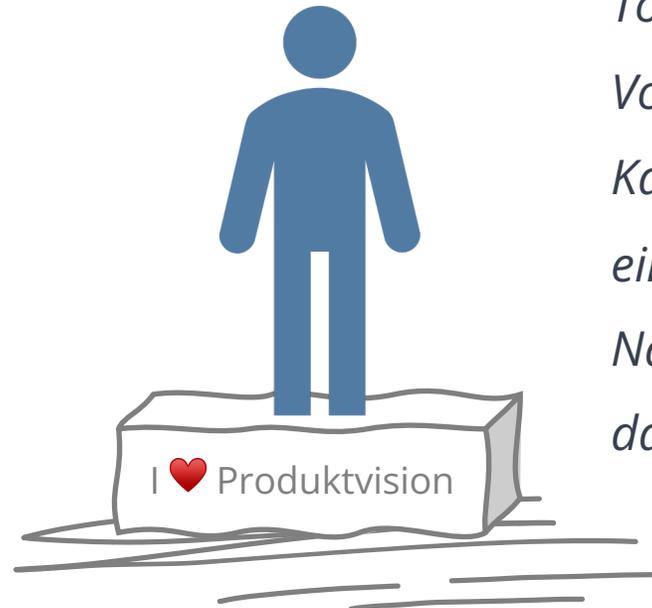
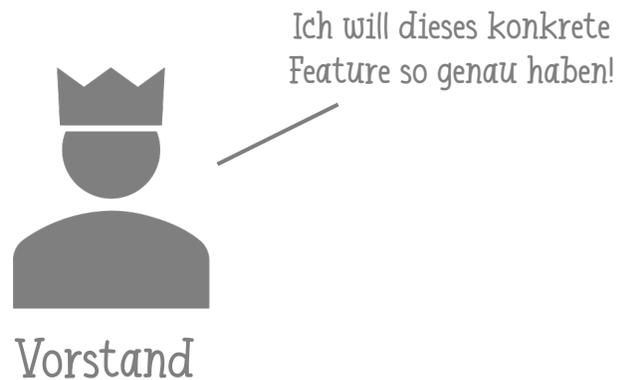
Vertrieb



- Seit wann darf der Vertrieb Features zusagen?!? Unmissverständlich Klarstellen!!!
- **In den Austausch mit dem Kunden gehen und mögliche Workarounds finden**
- Für Input zum Mitbewerb bedanken.
- **Begründen, warum es nicht passt.**

Auch in punkto Wichtigkeit dieser Funktion – der Vertrieb argumentiert meist aus der Sicht genau eines potenziellen Kunden. Tipp: Andere Vertriebler mit ins Boot holen, um Wichtigkeit neutral zu ermitteln.

STÄRKE zeigen beim „Nein“ sagen – Input vom Vorstand



- Schwierig! 😊

→ Nachfragen, warum. Erklären, was dafür alles verschoben / abgesagt werden müsste

→ Eine „C-Level Joker-Karte“ pro Quartal.

Toller Tipp aus meinem Netzwerk: Fragt den Vorstand, ob der gerade geäußerte Wunsch die Joker-Karte wert sei. Meist entstehen diese Wünsche aus einer zufälligen Begebenheit – und sind im Nachhinein betrachtet nicht mehr so wichtig, wenn dafür andere Dinge gestrichen werden müssten.



Du brauchst:

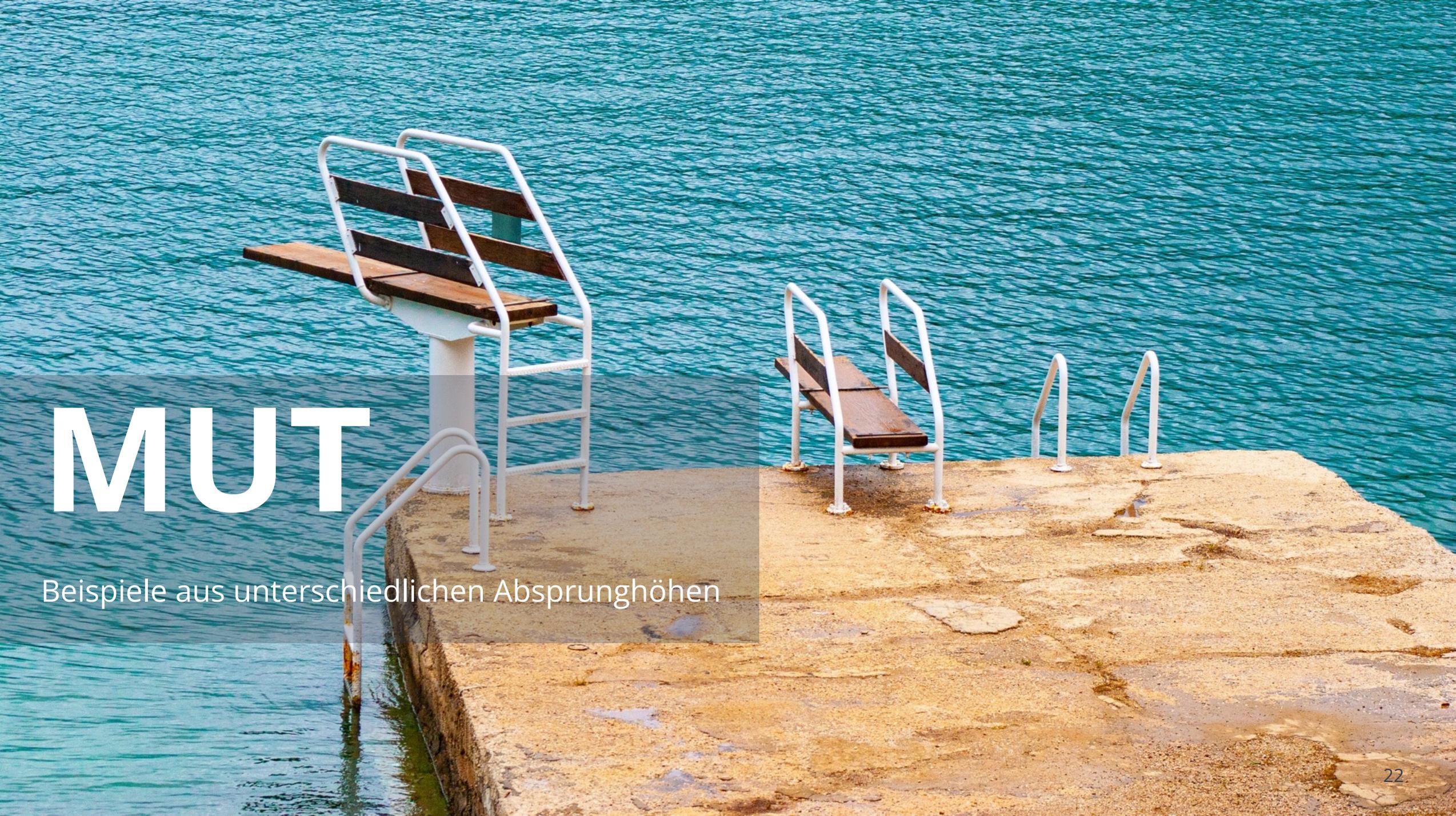
DICKES FELL

Mitunter stehst Du alleine gegen den Rest der Welt.

Dein Produkt und Dein Team werden es Dir danken.

DICKES FELL im täglichen Nahkampf zeigen





MUT

Beispiele aus unterschiedlichen Absprunghöhen

Beispiel: **MUT** aus eigener Überzeugung

- **Einführung Design Thinking** als kreative Methode für bessere Konzepte im Backlog
- 100% überzeugt, hier eine gute Lösung gefunden zu haben
- Gegen den ausdrücklichen Willen des Vorstands als „Experiment“ eigenmächtig gestartet (blutige Nase einkalkuliert)

→ **Nachhaltig als Format implementiert** 😊



Beispiel: **MUT** aus Überzeugung & mit Unterstützung



- **Abkündigung eines größeren Funktionsbereichs**, um aus Team-Perspektive sinnlose Ressourcen nicht weiter zu verschwenden
- 3 Monate Recherche bei Kunden & Mitbewerbern, um ausreichende Datengrundlage zu haben
- „Workaround“-Szenarien für Vertrieb, Support & Kunden erarbeitet, planbare Fristen

→ **Erfolgreich im Produkt ausgebaut** 😊

Beispiele: **MUT** aus Liebe zum Produkt andere Aufgaben übernehmen

- **Erstellung einer neuen Company-Webseite**, um das Gold des Produktes & des Teams im richtigen Licht zum Glänzen zu bringen
- **Direkt-Recruiting übernommen** – um agile Mitarbeitende zu finden, wo die Personalabteilung mit klassischen Stellenanzeigen scheiterte
- **Übernahme von Präsentationsterminen bei Kunden** – weil der Vertrieb kein Interesse hatte, das Produkt besser/richtig kennenzulernen
- **Übernahme der Verantwortung für Business Development** – weil der bisherige Vertrieb das Produkt nicht gut verkaufen konnte

→ **Mehr Verantwortung & mehr Personal** 😊



Produktmenschen
tragen
Verantwortung!

**Produktmenschen haben
keinen 9 to 5 Job mit
bequemer Komfortzone.**

Recap

- Produktmenschen sind **LEADER**, denn sie tragen **Verantwortung** für ihr **Produkt** und die **Arbeitsergebnisse des Teams**.
- Es braucht **MUT**, eigene **Entscheidungen mit 100%iger Überzeugung** zu treffen & vertreten.
- Es braucht **STÄRKE**, sehr oft **NEIN zu sagen**, um den Fokus nicht zu verlieren.
- Und es braucht ein **DICKES FELL**, um mit den **Reaktionen** darauf klarzukommen.



We Can Do It!



Danke für's dabei sein!

FEEDBACK & FRAGEN?

Kontakt gerne via:



www.silkekanes.com



www.linkedin.com/in/silkekanes/