



Product Sprint mit MVP Entwicklung für einen Finanzdienstleister

Wir leben in dynamischen Zeiten. Manche Unternehmen launchen jährlich Innovationen. Gerade für den deutschen Mittelstand ist es daher wichtig, die eigenen Ideen schnell und ressourcenschonend auf die Straße zu bringen. Für einen Finanzdienstleister wurden in 3,5 Monaten strategische Grundlagen, Prototyping & Testing im Design Sprint und die MVP Entwicklung erreicht. In dieser Fallstudie wird der schlanke "Product Sprint" Prozess beschrieben.

Die Aufgabe: Eine funktionale Website für ein neues Produkt

Unser Kunde, ein Immobilienentwickler, will Stück für Stück den Vertrieb seiner Immobilieninvestments digitalisieren. Dafür sollte eine neue Marke und funktionale Website für die digitalen Kund:innen entwickelt werden. Diese muss die Interessent:innen erst richtig zum Thema abholen und dann zu weiteren Schritten leiten (Newsletter, Zeichnungsstrecke etc.). Ziel war es, dies möglichst schnell und mit früher Validierung zu ermöglichen.

Wir haben dafür den Prozess konzipiert (strat. Grundlagen, Prototyp, Testing, Marke, MVP sowie Measure & Learn Grundlagen) und aufgesetzt, sowie ein „SWAT Team“ aus Kunde/Product Owner, Strategie, Kreation mit Finanzexpertise und Entwicklung zusammengestellt und begleitet.

Der Ansatz: Ideas Sprint

In unseren sog. Product Sprints ermöglichen wir etablierten Unternehmen Produkte und Services so schlank und schnell zu entwickeln wie ein Start-up. Der Prozess beginnt mit einer Zielstellung, Herausforderung und Hypothesen. Darauf folgen ein (wie in diesem Fall) oder mehrere Design Sprints, um die bestmögliche Lösung in einen konkreten Prototypen zu überführen. Dieser wird dann mit Vertreter:innen der Zielgruppe getestet. So wird frühestmöglich Relevanz sichergestellt und wir erhalten eine klare Briefing-Grundlage für den nächsten Schritt.

In anschließenden agilen Sprints wird die Idee iterativ bis zum MVP weiterentwickelt und unter Marktbedingungen getestet. In diesem Fall war eine komplette Markenentwicklung Teil des MVP, also Entwicklung von Markenname, Logo, CI, Positionierung – aber in wenigen Wochen.

Der Prozess: In 4 schlanken Phasen zum validierten MVP



Die Ergebnisse: Vom Prototyp zum Launch in 4 Monaten

- Markt- und Zielgruppenanalyse und Ableitung einer Persona in zwei Wochen
- Ausgearbeiteter Hi-Fi Prototyp (funktionaler Clickdummy) und Validierung aller zentraler Funktionen in einer Woche
- Marken Look & Feel (Sprachen, Farben, Illustrationsstil) in ca. drei Wochen sowie Markenname und Logo in drei Runden und ca. 5 Wochen
- Umsetzung des MVP – Website mit 7 Unterseiten und Verknüpfung mit einem Mailing System und dem Abwicklungspartner – in ca. 6 Wochen

Du hast eine ähnliche Aufgabe? Nimm Kontakt auf!

Du hast das Gefühl, ein Product Sprint könnte deine aktuelle Herausforderung lösen? Schreib uns oder vereinbare direkt einen unverbindlichen [Termin mit Franziska](#).