



sipgate

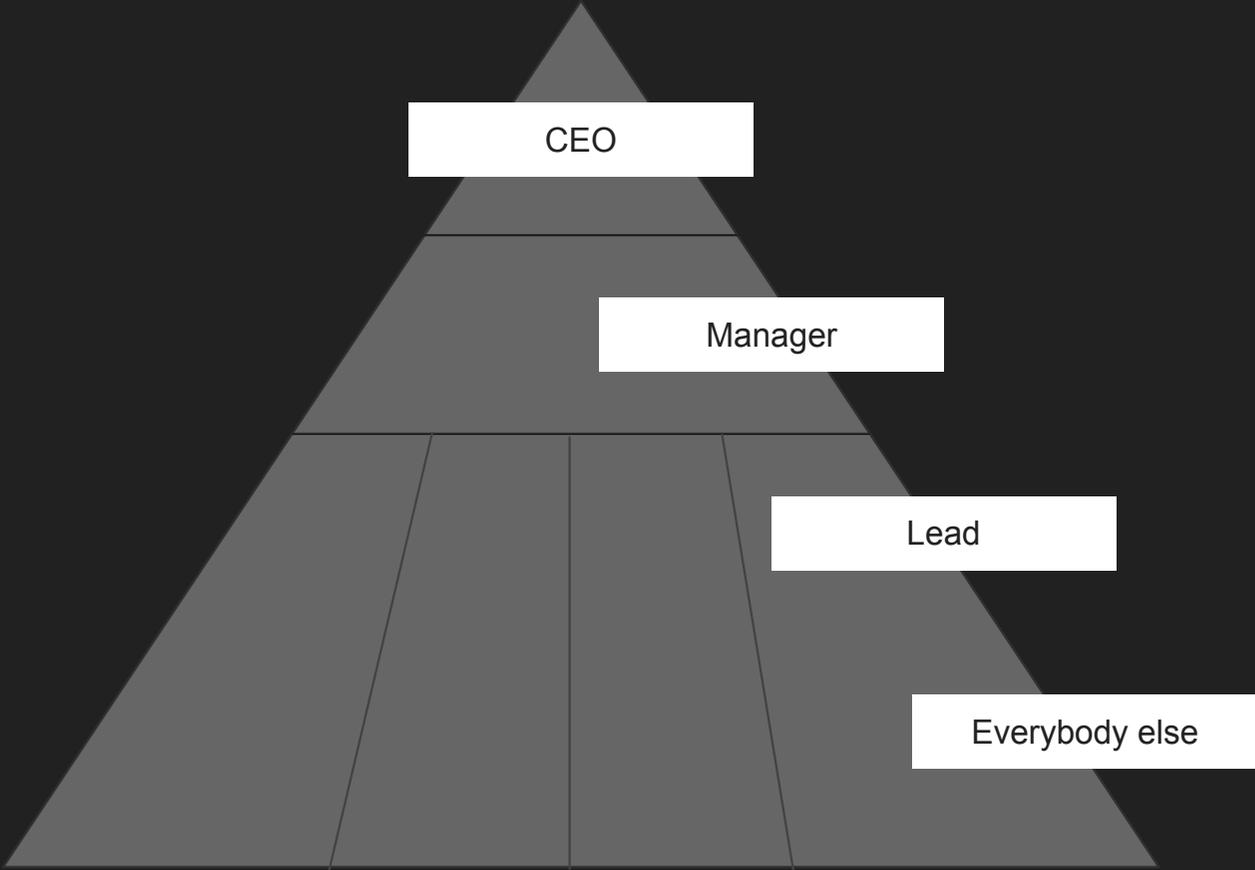


Konsens wird Euch ruinieren

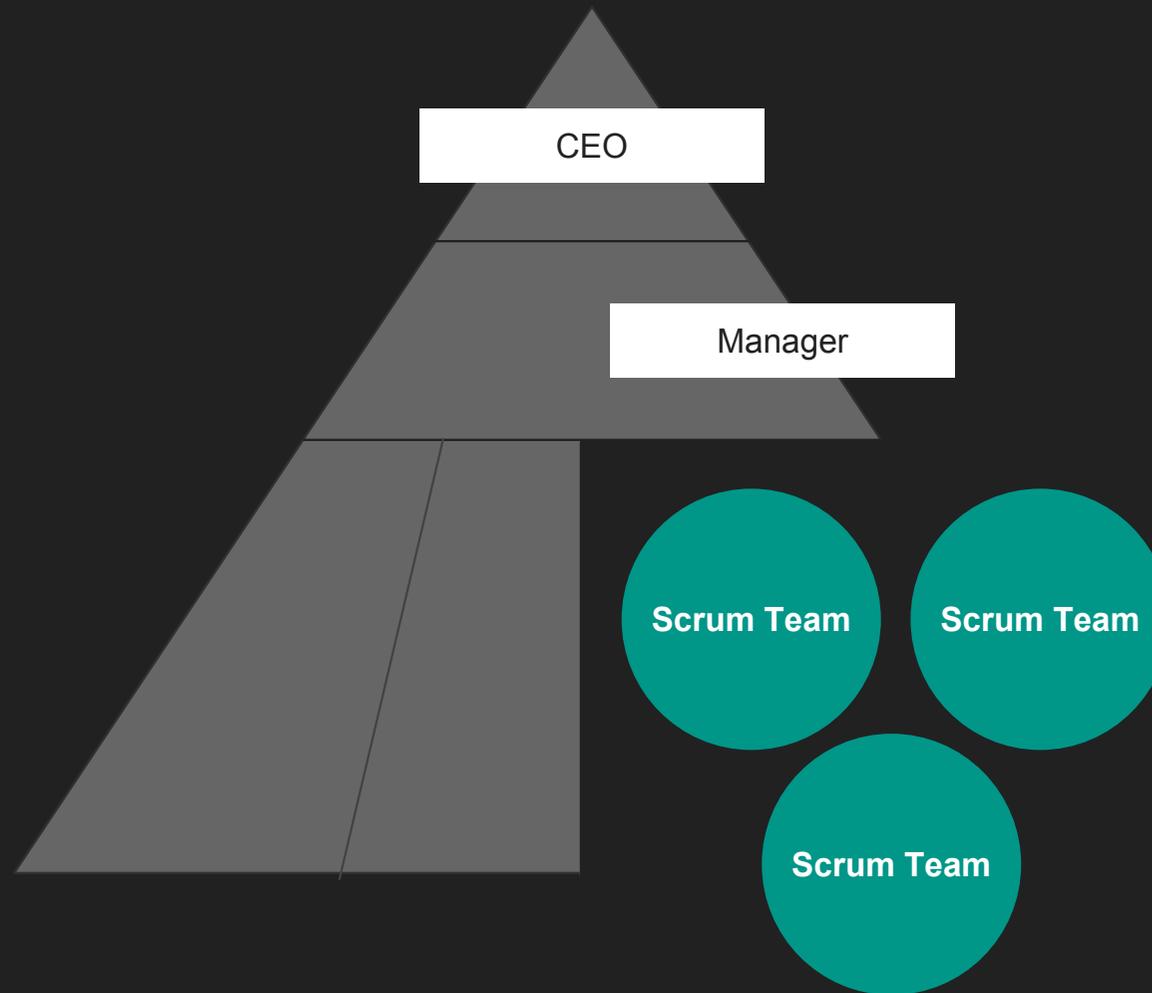
These:

Unternehmen, die ihre Machtstrukturen nicht **dezentralisieren**, werden sterben.

Organisation



“Agile”

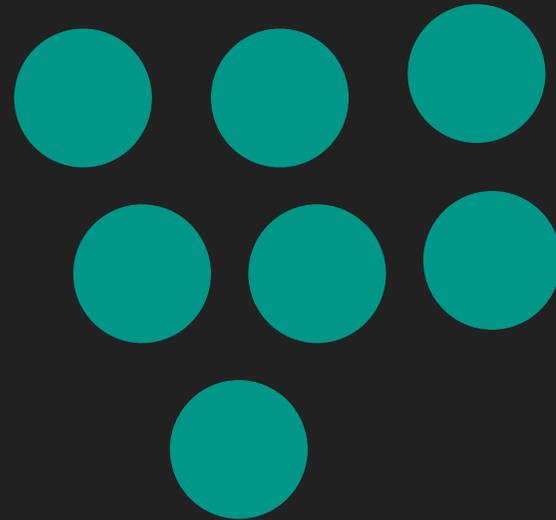
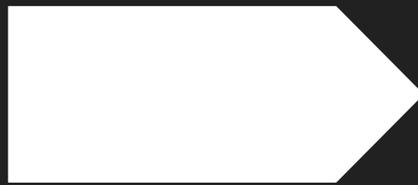
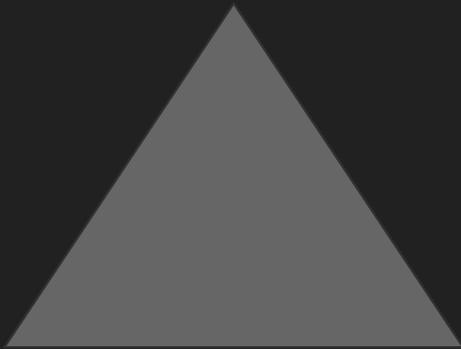


Wtf?

“Ein Mikromanager ist eine Führungskraft, die sich **sehr viel mit Einzelheiten** eines von seinen Mitarbeitern oder Kollegen zu lösenden Problems **beschäftigt.**”

You guessed it: Wikipedia

Ziel



Trust



Context



Metrics



Mehr Struktur

Strategie

Flughöhen trennen

3-5 Jahre

1 Jahr

3-6 Monate

Flughöhen trennen

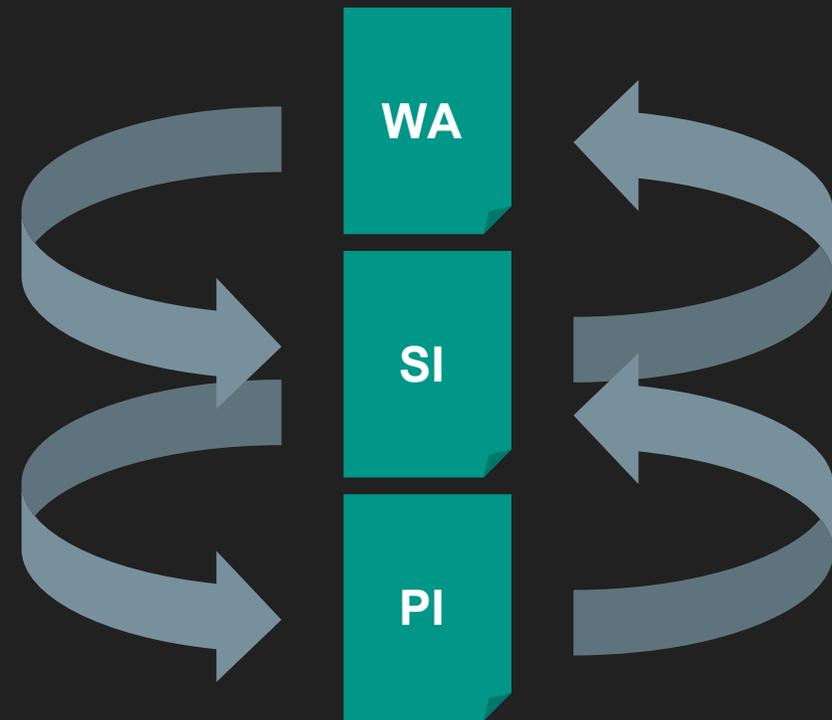


Rückkanäle

Feedback Loops

Workshop ½ Tag

Ständige Änderungen



Viel Text

RFC Format

Keine Zahlen

WA

Winning Aspiration

In 5 years we will be at the forefront of voice-powered business productivity solutions.

We will serve small and medium-sized businesses in early majority market segments in selected western countries.

sipgate services win, not because our pricing is lower, but because they...

...connect customers to their markets through previously unavailable voice technologies.

...empower customers to build strong relationships and help them grow.

...simplify business processes through clearly superior usability and iconic design.

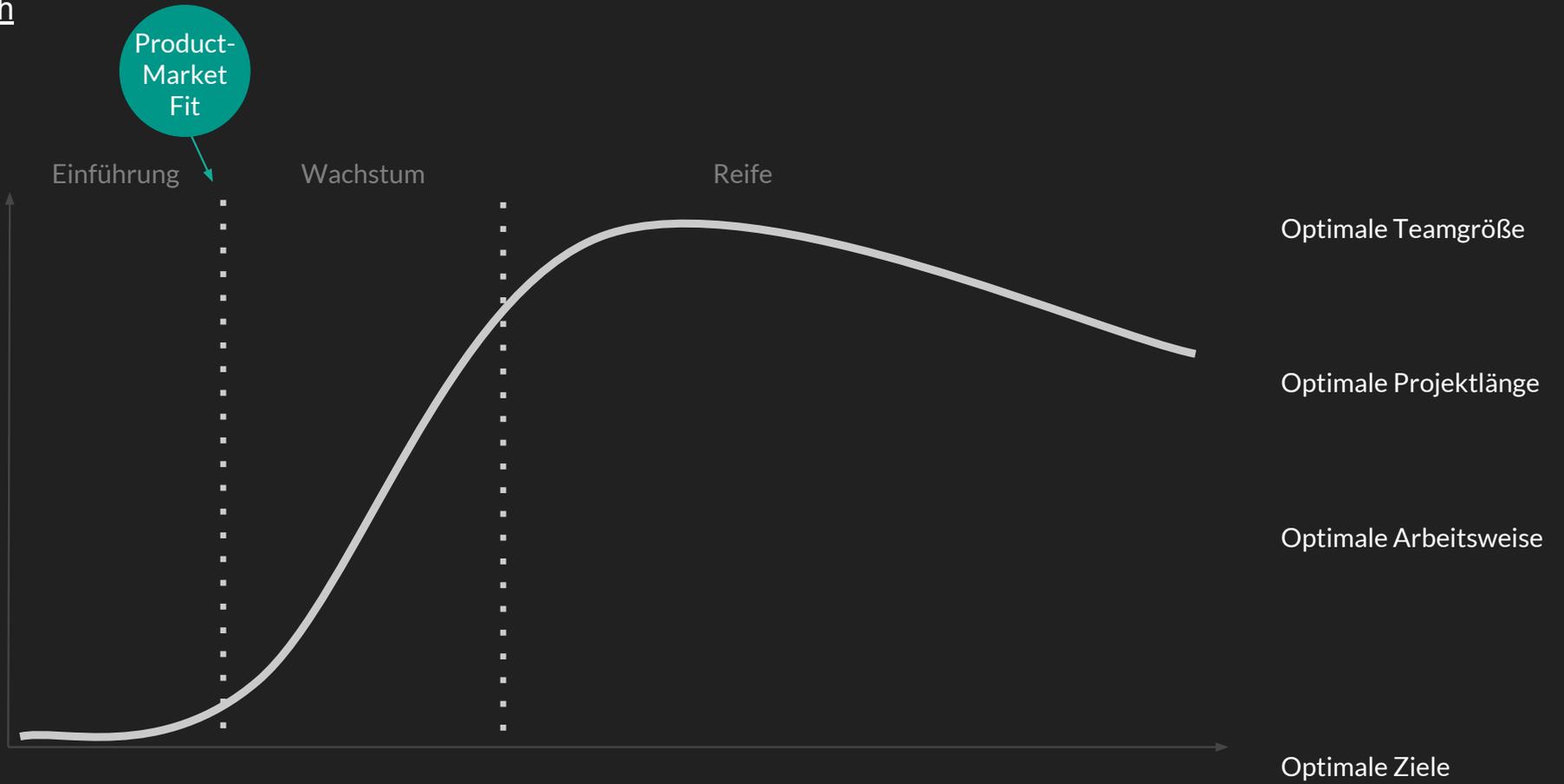
We are a software services company. Our Cloud Core will allow us to rapidly discover, scale and efficiently maintain valuable software.

We are a portfolio company. We will actively manage the "sipgate" brand so it drives demand for our portfolio of voice-powered software services. Our brand will build upon our reputation as a cutting-edge agile company as well as our consumer products reach.

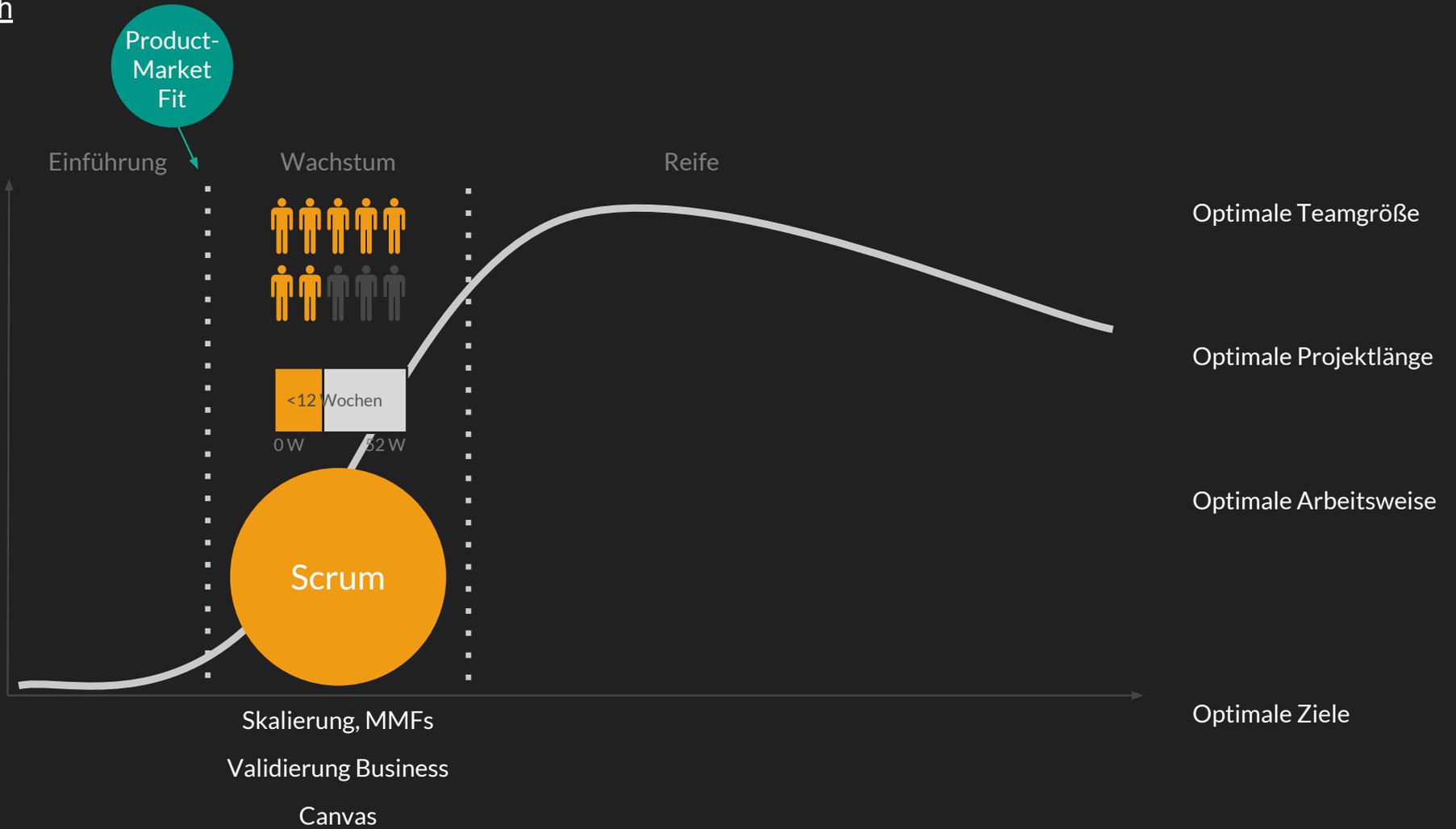
Know your Tools

Die dynamische Organisation

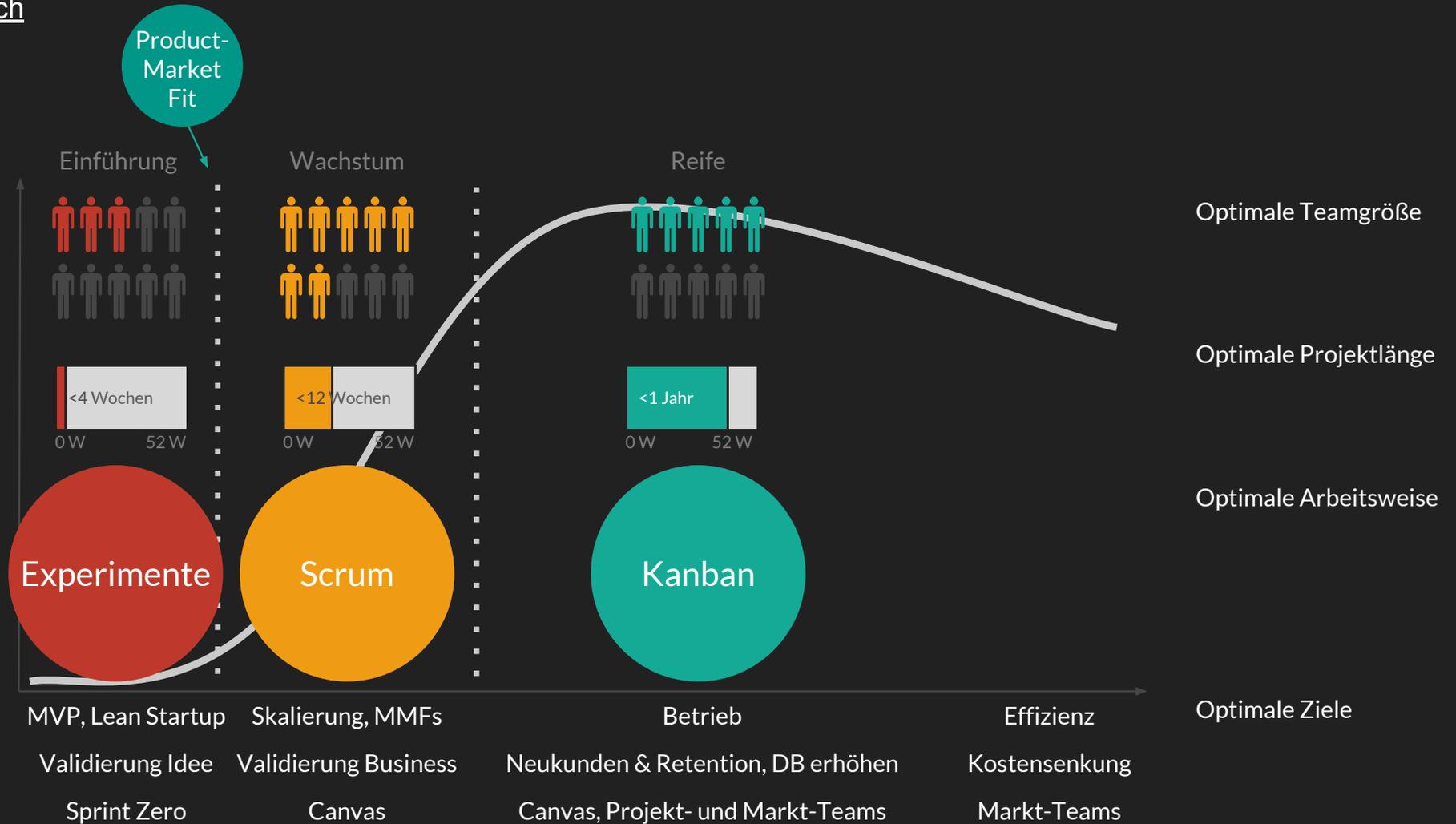
Dynamisch



Dynamisch



Dynamisch



Advice Process

Essential Company Skills

Essential Company Skills

Worin sind wir sehr gut?

Wettbewerbsvorteil?

Nirgendwo erlernbar?

Essential Skills	Inhalte
Voice & Tone	Kundenkommunikation bei Störungen, Newsletter verschicken, Medienbrüche
Brand & Promises	Brand Management, Serviceversprechen, Brand Personality
Revenue & Streams	Grundpfeiler des Geldverdienens, H1, H2, Investitionsentscheidungen, Wardley Map
Products & Domains	Domainstrategie, Produktnamen
Contracts & Features	BFD, ContractD
Platform & CloudCore	Programmiersprachen, Keycloak, CloudCore, AllinoneNet
Numbering & Routing	Portierung, Int. Rufnummern
Mobile & Apps	iPhone, Android
Law & Order	AGB, TAC, DSGVO, Verträge mit Dienstleistern, Zulieferern und Kunden
Work & Tools	Verträge, Feedback, Erwartungen an neue Mitarbeiter, Wie bekommt man einen neuen Mitarbeiter fürs Team, Welche Team-Arbeitsmodi gibt es?
Pricing & Positioning	Beyond Termination, Verträge, Flats, Minuten
AppWeb & Account	AppWeb Strategie, account.sipgate.com, app.sipgate.com
Productivity & Events	Produktivität, Team Eventliste, Basic Eventliste, Live Callhandling

Essential Company Skills

“Chronisten”

Die besten in der Firma

Unabhängig von Rolle



Fokus auf Beratung

Dokument/RFC

Ritual Dissent

Domain-Strategie RFC (09/2018)

Die Domain-Strategie folgt der Brand-Strategie. Und die Brand-Strategie besagt, dass für uns nichts wertvoller ist als unsere Marke "sipgate" und wir alles tun wollen, um diesen Markenwert weiter zu steigern.

Die **wichtigsten** Domains, die wir haben, sind folglich sipgate.de (DE), sipgate.co.uk (UK) und sipgate.com (Int) und sie sollen durch unsere Domain-Strategie **gestärkt werden**.

Die Hauptdomain ist sipgate.de

Für sipgate.de bedeutet das, dass wir die Seite **massiv ausbauen** werden.

Die neue Seite soll den Kundenstrom besser auf die passenden Produkte leiten (/produkte/). Jedes Produkt bekommt seine **eigene Unterseite**, den sogenannten "Produktsteckbrief", auf der es in nüchterner Sprache nicht-werblich erklärt wird (z.B. /produkte/team). Die Informationstiefe sollte jedoch recht oberflächlich bleiben, von dort aus müssen echte Interessenten relativ zügig auf die jeweilige Produktdomain weitergeleitet werden (z.B. www.sipgate.com). Nur auf den Produktdomains gibt es die Preislisten, AGB, etc und nur hier kann ein Produkt gebucht werden.

Wir setzen auf eine Multiproduktstrategie

Aufgrund der starken Branchen, Produkt-, Zielgruppen-Diversität bei unseren Telefonieprodukten haben wir uns **für eine Multiproduktstrategie entschieden** (vgl. Beiersdorf mit Nivea, Hansaplast, Tesa) - ergänzt durch **eine starke Absendermarke**.

Die Telefonie-Produktdomains

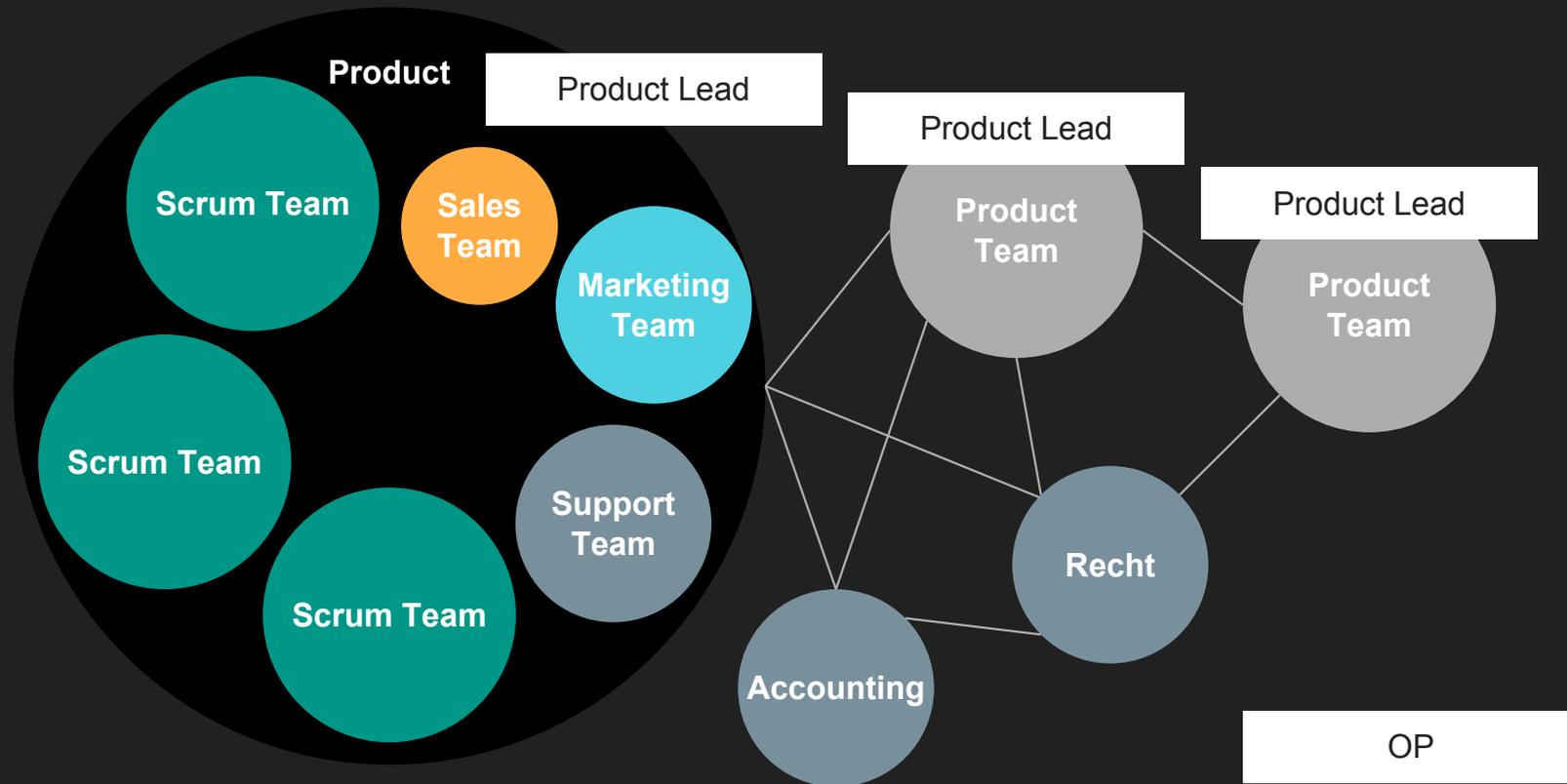
Die Produktseiten aller Telefonie-Produkte folgen dem Schema [produktname].[tld]. Produktnamen, die aus mehreren Wörtern bestehen (z.B. sipgate basic) werden in der URL zusammengeschrieben (kein Bindestrich!).

Neue/Zukünftige Telefonie-Produkte in H2 bekommen einen Namen und eine Domain, die **international verwendbar** wären und möglichst **ohne "sipgate" vorangestellt**

Heute

Dezentrale, missionsbasierte agile Organisation

Heute



Heute

150 Leute

Vertikal integriert

Extrem wendig

Mehr Outcome

Besucht uns!
sipgate.de/agile

Bastian Wilhelms
twitter: @bastianw



