

Gegencheck zum «Why»^{v1.1}

Glaubst du, das «Why» deiner Firma zu kennen? Wenn ja, prüfe, ob es den folgenden Fragen standhält.

- Ist das Why auch noch in 100 Jahren gültig?
- Lässt das Why weitere Geschäftsfelder zu, die ihr heute nicht abdeckt?
- Motiviert das Why deine Mitarbeitenden?
- Verstehen Personas aus euren Zielmärkten das Why?
- Inspiriert das Why Personas aus euren Zielmärkten?
- Sagt das Why auch, was ihr sicher nicht macht?
- Würdest du das Why auf dein T-Shirt drucken oder aufs Auto kleben?
- Sagt dein «Bauch» auch OK zum Why?
- Dient das Why auch als Elevator Pitch?

