

Das Design Thinking Playbook

Mit traditionellen, aktuellen und zukünftigen Erfolgsfaktoren

Bearbeitet von
Dr. Michael Lewrick, Prof. Dr. Patrick Link, Prof. Dr. Larry Leifer

1. Auflage 2017. Buch. IV, 304 S. Kartoniert
ISBN 978 3 8006 5384 3
Format (B x L): 24,0 x 19,0 cm

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

INDEX

A

A/B Testing 106-108
AEIOU-Methode 21
Agil 224,226,228,233,247-248,261,269
Apple 29,119-120,147,215
ARE IN 156
Artificial Intelligence (siehe Künstliche Intelligenz)

B

Balanced Scorecard 231
Big Data 220-221,236,253,257,261ff
Blank, Steve 205
Blockchain 15,119,220,221,229,235,237,248,278
Blue Ocean, 171,173-179
BOSCH, 177
Brain Storming 119
Business Modell Canvas 97,195-196,204, 209

C

Canvas (siehe auch Business Model Canvas, Lean Canvas, User Profil Canvas, Vision Canvas)
CCScore 166
Change Management (siehe Organisationsveränderung)
Co-Creation 153,171,175,179,207,218,233,276
Create-ups 198,226,228-229

D

Data Analytics 260
Denkhaltung (siehe Mindset)

Design Challenge 4,29,32,43,45-46,119,148,236,240,278
Digitalisierung 234-249
- Autonome Drohnen (Bsp.) 239
- Autonome Gegenstände als Kunde 234
- Designkriterien der Zukunft 237
- Design von Vertrauen & Emotionen 243-244
- Digitale Transformation 236
- Digitalisierungsstrategie 245-247
- Mensch-Roboter-Team-Canvas 242
- Plattform-Geschäft 248
- Robotics 237-238, 240-241
- Transformation 247
Digitales Geschäftsmodell 247
Digitale S-Kurve 248
Digitaler Tsunami 245
Doppelten Diamanten (Double Diamond) 28
Drohnen 211,220,240

E

Empathic Design 146
Empathie zum Nutzer aufbauen 60-67
- Achtsamkeit 63
- Arten von Empathie 64
- Empfinden wie der Kunde 62
- Pollo-Effekt 62
- Sprache des Kunden 62
- Redestab 64
- UX Design 65
- Welt des Kunden 62
Empathie Map 20

F

Facebook 7,211,215,256
Facilitation 152-161
- Faciliator-Gundhaltung 152
- Fähigkeiten Facilitators 157
- Grundregeln, 155
- Methoden 159
- Schrittweises Vorgehen 260
- System für Dialog 156
- Vorgehen des Facilitators 158
Feedback 35,36,38,40,46,72,93ff,101ff
Feedback-Erfassungsraster 104
Fokus finden 68 -75
- Daisy-Map 72
- Erklärung des Blickwinkels 70-71
- Formulierung POV 73
- POV-Satz 74
- Standpunkt festlegen 68
- Stakeholder 70
- Vielzahl von Nutzern 69
- 9- Fenster-Tool 72
- 360-Grad-Betrachtung 70
Future User 26, 36

G

Geschäftsmodell aufbauen 194-209
- Einstiegspunkte Canvas erarbeiten 203
- Kennzahlen, Einnahmen, Kosten, Analogien 199
- Konzept zur Skalierung 204-205
- Lean Management 208
- Lean Canvas 195

- Lean Canvas zu Business Modell Canvas 202
- Lösung, Alternativen, Kanäle, Vorteile des Angebots 198
- Problem, Zielkunden, Wertangebot 197
- Strukturiertes Vorgehen 206-207
- Value Proposition erarbeiten 200-201
Geschichten erzählen 142-151
- Digitales Storytelling 150
- Emotionale Geschichten 148
- Empathie als Designparadigma 145
- Fantasie und Kaufprozess 144
- Geschichten mit Erinnerung 144
- Geschichten Zukunftsvision 149
- Goldener Kreis 146
- Kontext Produkt und Geschichten 144
- Kommerzielle Geschichten 144
- Lifestyle-Geschichten 144
- Minsky Suitcase 147
- Start with Why 146
Goldener Kreis 146
Google 8
Groan Zone 4,29,38,40,155

H

Hook Framework 22
Human Centered Robotics Group 243
Hybrides Modell
- Data Analytics 260
- Einführung 267
- Hybrider Prozess 261
- Mindset 264

- Phasen 262-263
- Team 265
- Toolbox 266
- Quadrupel Diamond 269-270
- Variierende Mindsets 268

I

- Ideen generieren 76 - 83
 - Anforderungen versus Ideen 79
 - Auswahl der Ideen 82
 - Kopfstandmethode 79
 - Kreativitätstechniken 79
 - Last Minute Panik 76
 - Regeln Brainstorming 77
 - Teilnehmer einbinden 78
 - Tiefe erzeugen 80
 - Quick'n'Dirty Prototyping 82
- Ideen strukturieren und selektieren 84-91
 - Concept-, Mind-, Systems-, Giga-Maps 89
 - Grössere Vision 87
 - Ideen clustern und gruppieren 85
 - Ideensteckbrief 90
 - Matrix Geschwindigkeit der Verbreitung & Umsetzbarkeit 86
 - Selektion anhand von wichtig und dringend 86
 - Struktur als Poster 88
- Implementierung 222-233
 - Agieren wie ein Start-up 194, 205
 - Agile Organisationen 227
 - Create-ups 225
 - Design Teams 232

- Erfolgsmessung 230
- Hürden überwinden 222
- Marktlanierung 227
- Squads, Tribes, Chapters 228-229
- Stakeholder Maps 226
- Innovation Funnel 274
- Interdisziplinäre Teams 122-132
 - Ganzheitliches Denken 122
 - HBDI 130
 - Interdisziplinäres Team 123
 - Multidisziplinäres Team 123
 - Non U-Shaped Team 129
 - Pi-Shaped People 127
 - Prinzip Iteration 122
 - Regeln der Zusammenarbeit 126
 - T-Profil 124
 - U-Shaped Team 128

J

- Jobs-to-be-done 13,17,24-25,37

K

- Kundenentwicklung 205,207
- Kundenerlebnis 250
- Künstliche Intelligenz 211,220-221,253-254
- Kreativitätstechniken 37-38, 83
- Kreativitätsraum 112ff

L

Leadership 128,159,165,169,209,216,224
Lean Canvas 195
Lean-Start-up 194
Lego 93,115,117,150,227
Lifecycle 251
Lings Cars, 67
Looping 107

M

Makrozyklus 37-40
- Benchmarks 38
- Dark Horse 39
- Fertiger Prototype 40
- Finaler Prototype 40
- Funktionaler Prototype 40
- Funky Prototype 39
- How to bring it home 40
- Ideen Brainstorming 38
- Journey 37
- Kritische Funktionalitäten 38
- Vision Prototype 40
- Vision Konkretisierung 40
Management-Methoden 170-179
- Blue Ocean Strategy 170,172-173
- Lead User Study 170,174-175
- Outcome Driven Innovation 170,177
- Picture of the Future 170,171
- Service Design 170,178
- Servitization und Geschäftsmodellinnovation 170,176

Management-Paradigmen 7,275
Marktopportunitäten 7,43,130,213ff,225,258,275
Mikrozyklus 32-36
- Beobachten 33
- Ideen finden 34
- MVP 41,97,200,206,2018,231,232
- Prototypen entwickeln 34
- Standpunkt definieren 33
- Reflektieren 35
- Testen 35
- Tools und Methoden je Phase 36
- Verstehen 32
Mindset 2-3,207,209,213,215,221,226,258,265,269
Mindfulness 6
Multi-Programm-Organisation 227

N

NABC 200
Needfinding-Gespräch 54
- Einführung bis Wrap-up 54
- Offene Fragen 54
- Tiefer Graben 56-57
- Transition Annahme zu Wissen 58
- Vorbereitung Interview 55
Not-Invented-Here-Syndrom 222
Nutzer Bedürfnisse 48-52
- Bedürfnisannahmen formulieren 51

O

- Organisationsveränderung 162-170
 - Erfolgreiche Unternehmen 164
 - Kundenzentrierung messen 166
 - Kundenzentrierung steigern 167
 - Organisatorische Verankerung 165
 - Verbreitung Design Thinking 162
 - Veränderung einleiten 163
 - Veränderte Wertschöpfung 163
 - 4 Gewinnt

P

- Persona erstellen 10-20
 - Empathie Map 20
 - Nutzerprofil Design Thinker Praxis 12
 - Nutzerprofil Universitäres Umfeld 16
 - Personas Twins 18
 - User Profil Canvas 19
- Persona überprüfen 21-27
 - AEIOU-Methode 21
 - Future User 26
 - Hook Framework 22
 - Jobs-to-be-done Framework 23
 - strukturiertes Vorgehen 24-25
- Pictures of the Future 150,171-172
- POV 69,73,74-75,192,219,264
- Prototype entwickeln 92-99
 - Ablauf Prototypen Workshops 97
 - Entwickle einen Prototypen 94
 - Erster Prototypen 92
 - Form von Prototypen 92

- Iterieren, iterieren und nochmals iterieren 93
- Never fall in love with your prototype 93
- Prototypen-Arten 95-96
- Prototypen testen 100-109
 - A/B Testing 105
 - Digitale Werkzeuge 106 -107
 - Feedback Erfassungsraster 104
 - Prototypen visualisieren 108
 - Varianten Testen 102
 - Vorbereitung Tests 103
 - Testen mit potentiellen Kunden 102
 - Wichtigkeit vom Testen 101
- Problemdefinition 42-47
 - Design Challenge 44
 - Design Brief 45
 - Erweitern und Einengen 42
 - Ill defined
 - Optimaler Startbereich 46
 - Well defined
 - Wicked
- Prozess im Griff haben 29-42
 - Beschreibung der Phasen 32-36
 - Denkhaltung ändern 29
 - Makrozyklus 37
 - Mikrozyklus 30
 - Problemraum – Lösungsraum 28
 - Scrum-Prozess 31

Q

- Quadrupel Diamond 268-269

R

Räume und Umgebung gestalten 112-121

- Agenda Prototyping Workshop 118
- Design Brief - Kreativitätsraum
- Arbeitsumgebung gestalten 119
- Flexibles Mobiliar 114-115
- Prototypen Kreativitätsräume 113-11

Retrospective Board 3636

Robona 242

S

Scale 207

Scrum 31

Selbst-reflexion 48

Senioren 49,51-52,55,61-62,71

Siemens 171

Silo-Denken 162

Sinek, Simon 146

Smart City 221,278

Spotify 147,229,8

Stanford 1, 213-217,225,277,

Start-ups 194,197,205, 258

Storytelling (siehe Geschichten erzählen)

Strategic Foresight 211-222

- Einbindung in Design Thinking 217

- Frameworks 215

- Methoden 218

- Playbook 214

- Progression Curve (Bsp.) 219

- Strategieplanung 210

- Unternehmensführer 212

- WYSIWYG 213

- Zukunft von Mobilität (Bsp.) 220

Swisscom 32,119-120

Systems Thinking 183-194

- Beschreibung 185

- Erfolgsfaktoren 192

- Intuition vs. Ratio 191

- Konvergenz System Thinking & Design Thinking 187

- Modellierung 183

- Mindset 186

- Parallele Anwendung 190

- Prozess 184

- Systemklassifizierung 183

- System Thinking im Design Thinking 188

T

Technologien 251-260

- CMO 256

- CNNO 257-258

- Digitaler Lebenszyklus 251

- Kognitives Computing 254

- Künstliche Intelligenz 252-253

- Next level of customer experience 250

- Service Experience 252

- Social CRM 255

Tinder 23,66-67

Trends 88,150,172,174,175,214-215,221,224,233

T-Shaped 4,124-128

U

Uber, 8

Use cases 13,17,218,

User Profile Canvas 19

UX Design 37,66-67,128

V

Value Proposition 3,95,98-99,106,173,195-197,201ff,227,249

Vision 207, 211,213,215-221,226-229,248,276

Vision Canvas 40

Visualisieren und Skizzieren 132-141

- Dokumentieren 134

- Erkunden 134- Mut zum Strich 132

- Farbe 137

- Flipchart bemalen und Stellwende nutzen 139

- Figuren und Emotionen 136

- Gestaltungselemente 135

- Grafikelemente 136

- Icons und Symbole 136

- Kreatives Denken 134

- Präsentation 134

- Text 135

- Tue es einfach! Jetzt. 140

- Visualisierungen anwenden 138

- Visualisierung vorbereiten 138

W

Whatsapp 62,211

Workshop 72,77-79,81-82,98,117,119,133,153-160

World Cafe 159

X

Y

Z

Zuhören