

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 [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



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.

INHALT

Der Wegweiser durch das Design Thinking Buch sind die Tetrisbausteine. Wir starten mit den traditionellen Erfolgsfaktoren und reflektieren die einzelnen Phasen über den Designzyklus. Mit den aktuellen Erfolgsfaktoren gehen wir darauf ein, wie wir die Rahmenbedingungen bestmöglich gestalten und Design Thinking mit anderen Methoden anreichern können. Die zukünftigen Erfolgsfaktoren fokussieren sich auf die Designkriterien in der Digitalisierung, den Einsatz von agilen Werkzeugen und die Konvergenz von Systems Thinking, verweisen aber ebenso auf die Kombination zwischen Data Analytics und Design Thinking.

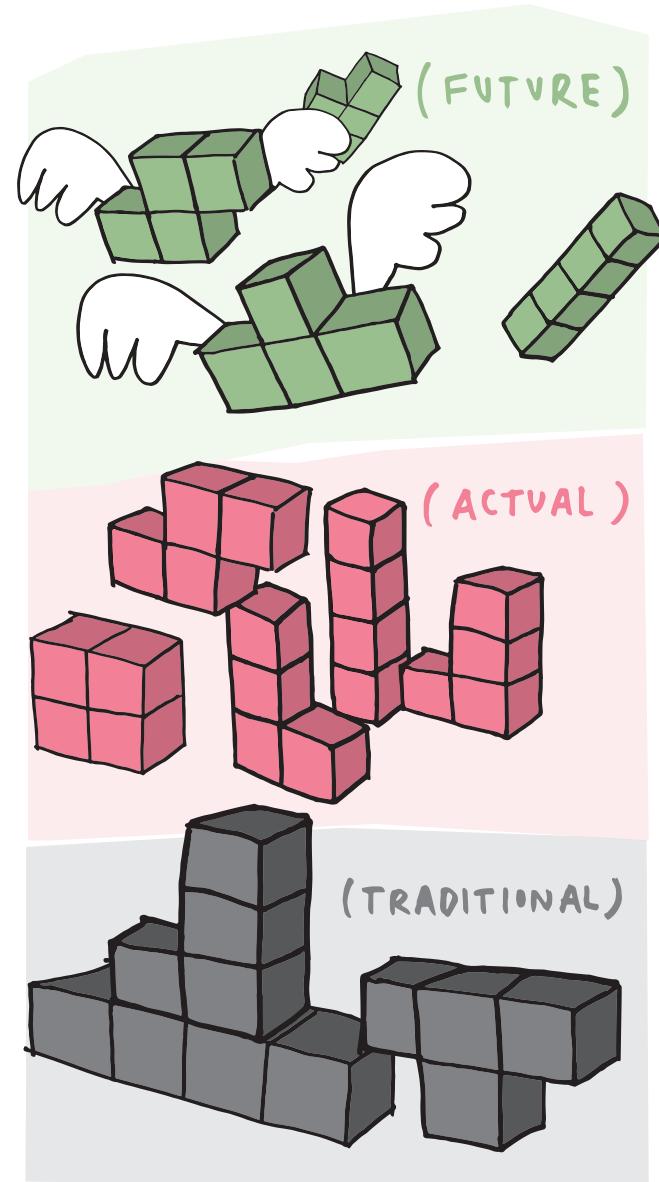
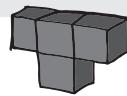
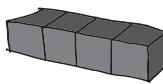
VORWORT 1

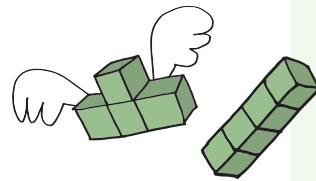
EINLEITUNG

WO ENTSTEHEN DIE NÄCHSTEN
GROSSEN MARKTOPPORTUNITÄTEN? 6

1. TRADITIONELLE
ERFOLGSFAKTOREN
IM DESIGN THINKING 9

1.1	Für wen ist das Buch?	10
1.2	Was heisst es, den Griff zu haben?	28
1.3	Wie erhalten wir eine gute Problemdefinition?	42
1.4	Wie entdecken wir Bedürfnisse von Nutzern?	48
1.5	Wie bauen wir Empathie zum Nutzer auf?	60
1.6	Wie finden wir den richtigen Fokus?	68
1.7	Wie generieren wir Ideen?	76
1.8	Wie strukturieren und selektieren wir Ideen?	84
1.9	Was macht einen guten Prototyp aus?	92
1.10	Wie können wir effizient testen?	100



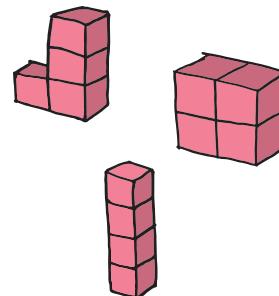


3. ZUKÜNFTE ERGÖNSFAKTOREN IM DESIGN THINKING 181

3.1	Wie hilft uns Systems Thinking, die Komplexität zu verstehen?	182
3.2	Wie bauen wir LEAN ein Geschäftsmodell auf?	194
3.3	Welcher Fähigkeiten bedarf es für Strategic Foresight?	210
3.4	Wie implementieren wir unsere Lösungen erfolgreich?	222
3.5	Welches sind die Designkriterien der Digitalisierung?	234
3.6	Wie helfen neue Technologien, ein einzigartiges Kundenerlebnis zu erzeugen?....	250
3.7	Was versprechen hybride Modelle?.....	260

2. AKTUELLE ERGÖNSFAKTOREN IM DESIGN THINKING 111

2.1	Wie gestalten wir kreative Räume und Umgebungen?	112
2.2	Welchen Mehrwert bieten uns interdisziplinäre Teams?	122
2.3	Wie visualisieren wir Ideen und Geschichten?	132
2.4	Was macht eine gute Geschichte aus?	142
2.5	Was heisst es, Veränderung als Facilitator einzuleiten?	152
2.6	Wie bereite ich die Organisation für das neue Mindset vor?	162
2.7	Wie können wir bewährte Management-Methoden miteinbeziehen?	170



SCHLUSSWORT

WAS HABEN WIR AUF DER JOURNEY GELERNNT? ..274

VORSTELLUNG DER EXPERTEN...281

QUELLEN ...293

TOP 10 BUCHEMPFEHLUNGEN ... 296

INDEX ... 297