

Visuelle Vorlagen zeichnen und nutzen

Bakker

2020

ISBN 978-3-8006-6052-0

Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründetauf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein

umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Visuelle Vorlagen zeichnen und nutzen



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Bas Bakker

Visuelle Vorlagen

zeichnen
und
nutzen



Business-Symbole...

...für
**Moderatoren,
Trainer und alle,**
die nicht nur
Eisberge auf ihren
Flips festhalten
möchten

Vahlen

Bas Bakker ist Gründer von Unternehmen wie *De Betekenaar*, *In 20 Stunden TV*, *Open Coffee Leiden* und zahlreicher weiterer Initiativen. Er ist Triathlet, Kaffeeliebhaber und aktives Mitglied der Dutch Sketchnoting, Graphic Recording und Visual Thinking Community.

beck-shop.de
Die Originalausgabe erschien 2017 unter dem
Titel „How to Design Visual Templates“.
© 2017 by Bas Bakker

ISBN Print: 978 3 8006 6052 0
ISBN E-Book: 978 3 8006 6053 7

© 2020 Verlag Franz Vahlen GmbH,
Wilhelmstr. 9, 80801 München
Satz: Fotosatz Buck
Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen
Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH
Am Fliegerhorst 8, 99947 Bad Langensalza
Umschlaggestaltung: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie
In Anlehnung an die Originalausgabe

CO₂
neutral

vahlen.de/nachhaltig

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Die Kraft visueller Vorlagen	9
Kapitel 2: Wie man eine visuelle Vorlage gestaltet	15
Zuerst der Inhalt	16
Der Designprozess	17
Kapitel 3: 99 visuelle Vorlagen	25
Ideen & Pläne	
Pläne machen: Wer, Was, Wann	27
Der nächste Schritt	28
Wie Du deine Idee anhand von sieben Fragen präzisierst	29
Welche Auswirkungen hat deine Idee?	30
Wie Du von vielen zu den dringenden Ideen kommst	31
Was sagt Dein Gehirn dazu?	32
Sieben Fragen zu einer Idee	33
Umsatzmodelle: Business Model Canvas	34
Einen konkreten Produktplan entwerfen	35
Ein Parkplatz für Ideen	36
Was würdest du mit einer Million Euro tun?	37
Erkenne den Aufwand und die Wirkung einer Idee	38
Verschiebe nicht	39
Vermeide Prokastination, gehe kleine Schritte	40
Denke groß, handle klein	41
Setze Dir Fristen	42
Plane dein Projekt mit einer Roadmap	43
Denke groß	44
Eine Idee mit einem Video spezifizieren	45
Projekte & Produkte	
Ein Produkt einführen	46
Probleme sichtbar machen	47
Drei mutige Schritte im Projekt	48
Was passiert gerade?	49
Abschließende Bewertung eines Projektes	50
Goldener Baum: das Warum, das Wie und das Was	51
Projektüberblick	52
Go oder No-Go	53
Value Proposition	54
Was kann schiefgehen?	55
Das große Ganze	56
Projektfokus	57
Wie Du das Scheitern großer Projekte vermeiden kannst	58
Große Projekte vorantreiben	59

Wie du vage Produktbeschreibungen vermeidest	60
Werde dir der Risiken eines Projektes bewusst	61
Wie geht es voran?	62
Visualisiere die Kosten und Erlöse Deines Geschäftsmodells	63
Projekte in Bewegung halten	64

Prioritäten & Entscheidungen

Wo geht all die Zeit hin?	65
Eine Wahl treffen	66
Wofür bist Du bereit zu kämpfen?	67
Projekte priorisieren	68
Was sind deine energiezehrenden Aufgaben?	69
Schärfe deinen Blick	70
5x Warum	71
Das Pareto-Prinzip	72
Ein Wahl zu treffen muss nicht schwer sein	73
„FXXX it“-Liste	74
Sind deine täglichen Aufgaben wirklich wichtig?	75
Arbeite intelligenter, indem Du deine Gewohnheiten kennst	76
Konzentriere dich auf das Ergebnis, nicht auf die Entscheidung	77

Kunden & Community

Wie sieht deine Community aus?	78
Eine gute Geschichte mit einem Storyboard gestalten	79
Welche Auswirkungen hat dein Geschäft?	80
Finde Deinen Kunden	81
Entwickle eine dramatische Geschichte	82
Wie Du deine Mailingliste vergrößerst	83
Bei Kunden im Gedächtnis bleiben	84
Löst du ein Problem oder einen Wunsch deines Kunden?	85
Dein erster Kunde	86
Mache den Kunden wieder zum Mittelpunkt Deines Handelns	87
Wer sind Deine wichtigen Kunden?	88
Kennst Du Deine Zielgruppe?	89
Eine gute Kundenbeziehung	90
Vom Wettbewerb lernen	91
Kennst Du Deine Stakeholder?.	92
Denke differenzierter über Funktionen und Nutzen nach	93
Der Verkaufs-Tunnel	94
Gewinne Fans	95

Meetings & Zusammenarbeit

Ambition sichtbar machen	96
Zeit für (spannungsbasierte) Meetings	97
Aha-Momente festhalten	98
Wer ist wer?	99

Mit dem Eisberg verborgene Dinge sichtbar machen	100
+ / – Kenne die Vor- und Nachteile einer Entscheidung	101
Übersicht über verschiedene Teams und Projekte	102
Fokus	103
Finde heraus, wer dir Kraft gibt und wer nicht	104
Feedback erfassen und daraus lernen	105
Wie Du in Meetings zu Ergebnissen kommst	106
Zeige Deine Arbeit	107
Feiere Erfolge mit der „Erledigt-Liste“	108
Verschaffe Dir einen Überblick über die Internetaktivitäten deines Unternehmens	109
Wie denkst Du, wie fühlst und handelst Du?	110
Wie Du helfen kannst, die Fähigkeiten Deines Teams weiterzuentwickeln	111
Ziele & Zukunft	
Kenne den Unterschied zwischen Ziel und Richtung	112
Auf dem Weg zum Ziel	113
Big Hairy Audacious Goal	114
Wege zum Ziel	115
Formuliere gute und konkrete Ziele	116
Lege eine Pause ein und reflektiere Ergebnisse	117
Wie lautet Deine Vision?	118
Pitch	119
Deine Mission	120
Formuliere Deine Mission kurz und bündig	121
Brauchst Du Geld?	122
Dein Jahresziel	123
Über den Tellerrand schauen	124
Die Zukunft visualisieren	125