

Wo ist das Problem?

Mit Design Thinking Innovationen entwickeln und umsetzen

Bearbeitet von
Markus Blatt, Emmanuel Sauvonnet

2. Auflage 2017. Buch. 233 S. Kartoniert
ISBN 978 3 8006 5318 8
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.

Stichwortverzeichnis

Stichwortverzeichnis

- 6-3-5-Methode 36
Actionplan 111
Beobachten 30
Brainstorming 109
– Regeln 36
Brown, Tim 19
Business Model Canvas 165
Carglass® 172
Conception 115
Customer Journey Map 33, 108, 182
Design Challenge 58
– formulieren 136
Design Doing 54
– Kernelemente der Unternehmenskultur für 56
– Startschwierigkeiten 58
– wagen 60
Design Thinking 172
– agiles Projektmanagement 112
– als Prozess, Mindset und Methodenkoffer 97
– an Hochschulen 81
– bei der Produktentwicklung 121
– Beitrag für Unternehmen 194
– drei Erfolgsfaktoren 42
– implementieren 184
– iterativer Charakter 22
– Kernelemente 23
– Kernelemente in der Lehre 89
– Nachhaltigkeit 181
– Net Promoter Score (NPS) 180
– Phasen 92
– umsetzen 20
– und Business Model Canvas 168
– und Kreativität 59
– und Unternehmenskultur 42
– unterschiedliche Denklogiken 73
– Was es ist? 18
– Workshop 137
Design Thinking-Prozess 20, 27, 184
– getragen von allen Mitarbeitern 179
Design Thinking-Workshop 137
– aufsetzen 99
– ein Beispiel 105
Hochschule Luzern 86
Ideation 114
Ideen
– clustern 110
– generieren 140
Ideen finden 35
Impulsvorträge 104
Innovation 185
– Metamodell 189
– mit bestehenden Geschäftsfeldern verknüpfen 188
– Unterschied zwischen innovativen und nicht-innovativen Unternehmen 186
Innovationsansatz 27
Interview
– qualitatives 31
Intuition 64
Kontext-Eingrenzung 122
Layout-Raum
– an der Hochschule Luzern 87
Lead-User-Methode 160
Lean Start-up-Methodik 184
Leifer, Larry 60
Lernen
– aus Fehlern 47
– und Feedback 52
Manager
– und Intuition 64
– und Scheitern 46
– Was sie von Designern lernen können 70
Methodenauswahl 122
Minimum Viable Product (MVP) 118, 189
Multidisziplinäre Teams 24
Open Innovation 158
Operation 119
Persona 32
– erstellen 108
Persona Management 146
Plattner, Hasso 24
Privatsphäre 134
Produktentwicklung 121
– aus Nutzersicht 133
– Methodenauswahl je nach Phase der 125
Produktentwicklungsprozess beschleunigen 123
Projektmanagement
– agiles 113
– integratives Vorgehensmodellmodell 114
Prototyp 52, 92, 110
– bei Carglass 176
– entwickeln 37
Pyramiding 164
Räumlichkeiten 25

Realization 118
SAP 96
Scheitern 44
– im Projekt 46
Screening 164
Speed Creation 126

Standpunkt definieren 32
Teamstruktur 62
Testen 39
Touchpoints 34
Unternehmenskultur 55
User Experience 114

User Story
– Format 116
Verstehen 29
Wasserfallmodell
– Nachteile 119


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG