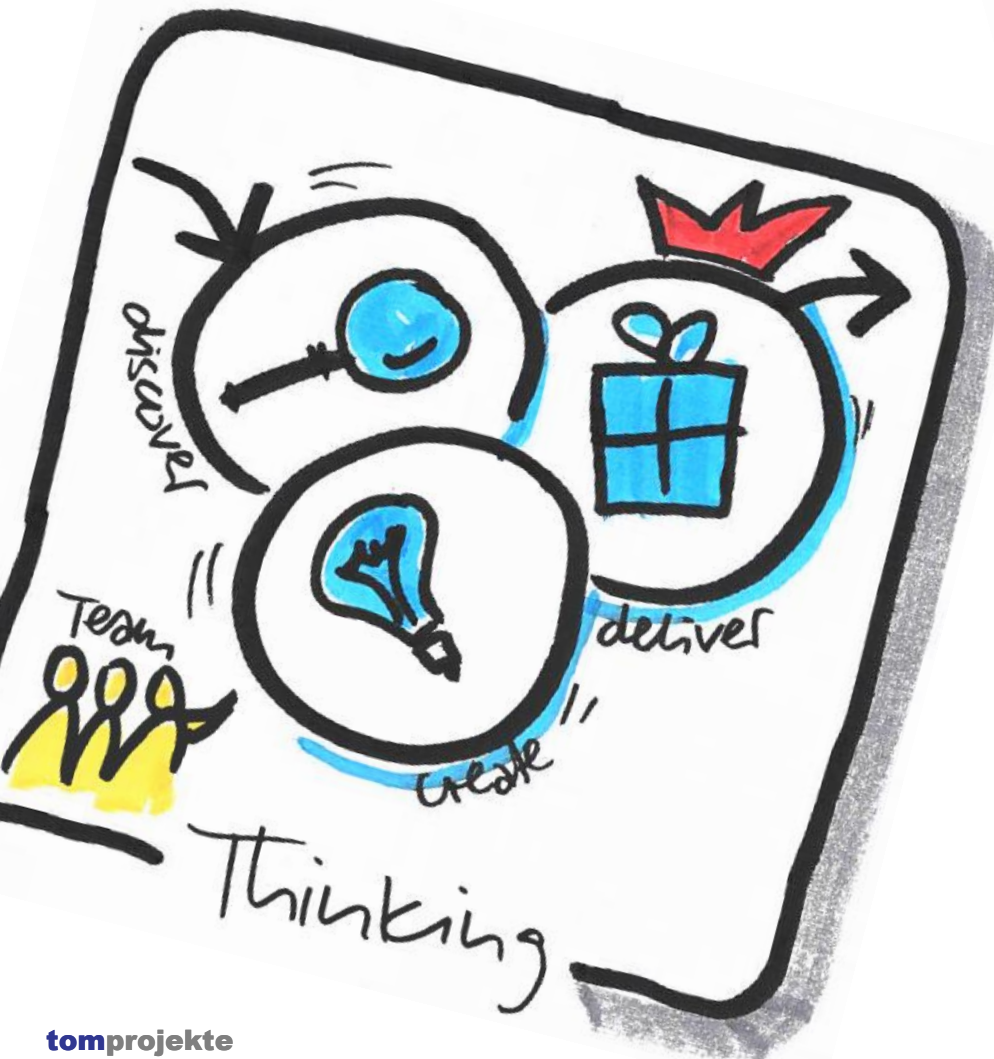


Design-Thinking



Im '**Design-Thinking**' generieren wir gemeinsam Ideen und entwickeln attraktive Lösungen ...



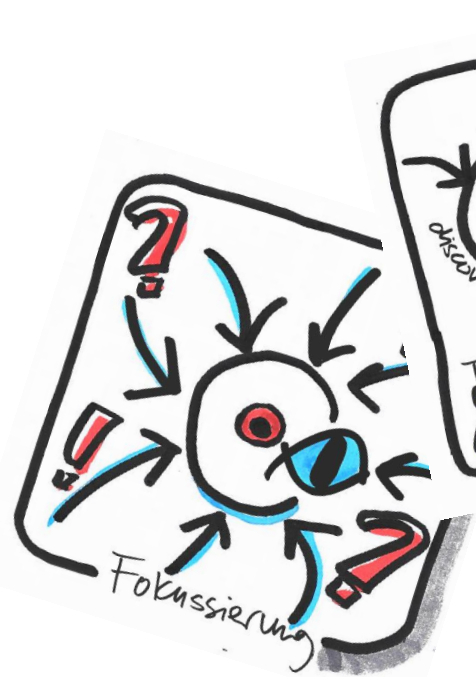
... daraus schaffen wir viel 'Nützliches & Brauchbares' in iterativen '**Design-Sprint's**'.

# Methoden für innovative Entwicklung.

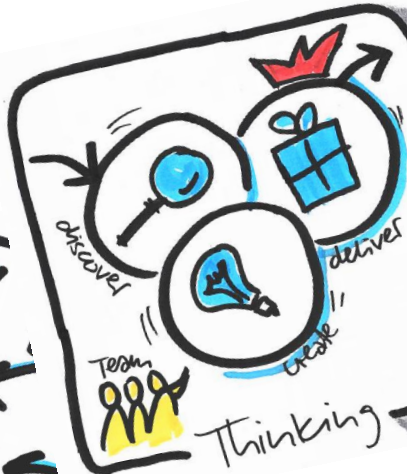
## Design in 5 Steps

### Design-Thinking

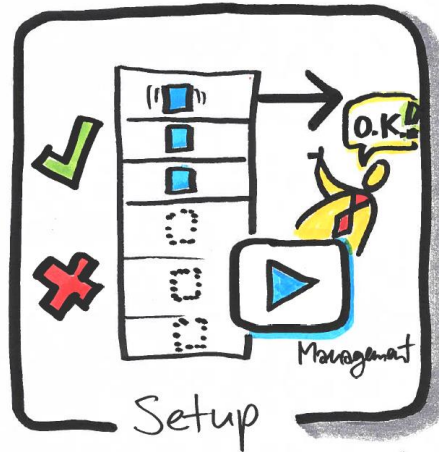
### Design-Sprint's



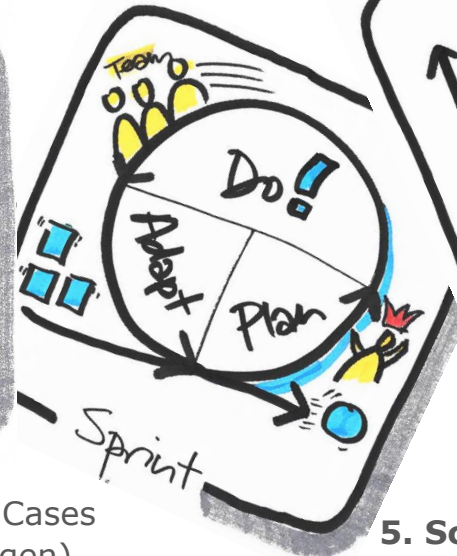
**1. Fokussierung** – Potentiale & Herausforderungen nach gestecktem Ambitionslevel erkennen und Fokusthemen ableiten. (→ Mgmt.)



**2. Thinking** – die wirklichen Kunden-/ Nutzerbedürfnisse entdecken und aus Ideen attraktive Initiativen bzw. Cases (Lösungen, Storyboard / Prototyp) entwickeln. (→ Dev.)



**3. Setup** – smarte Cases (strat. Stossrichtungen) mit dem Management für die Umsetzung aufsetzen. (→ Mgmt.)



**4. Sprint** – mit dem heterogenen Team in Iterationen nutzbare Prototypen/Pilotierungen' bauen, testen & lernen. (→ DevOps.)



**5. Scale & Grow** – die Organisation inkrementell einen Schritt nach vorne bringen, neue Wege gehen und mit Systematik wachsen (→ Ops.)

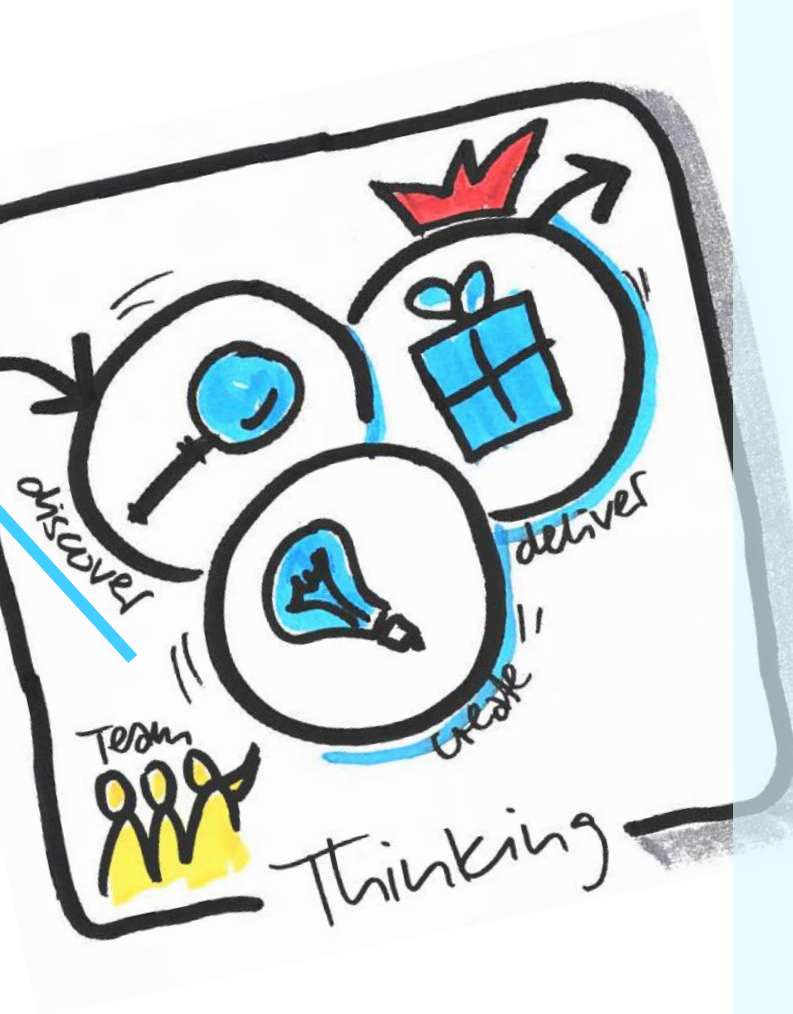


## **Fokussierung** – die Potentiale & Herausforderungen erkennen und darlegen

**Inhalt:** Erkenne die strategiekonformen Geschäfts- / Kunden- bzw. Nutzerpotentiale. Darlege die Herausforderungen für eine Entwicklung zur Volumensteigerung, zur Optimierung der in- und externen Zusammenarbeit als Partner sowie zur Kundenbindung. Committe Dich für die neue Business-Challenge als Entwicklungsvorgabe in geklärtem Scope (Organisation / Aufgaben).

**Methoden:** Workshop mit dem Management-Team, der verantwortlichen Unternehmens- bzw. Projektentwicklung.

**Output:** TOP- bzw. Fokusthemen im Business-Modell und Fokus-Modell dargelegt. Ein Business-Challenges ist identifiziert und priorisiert.

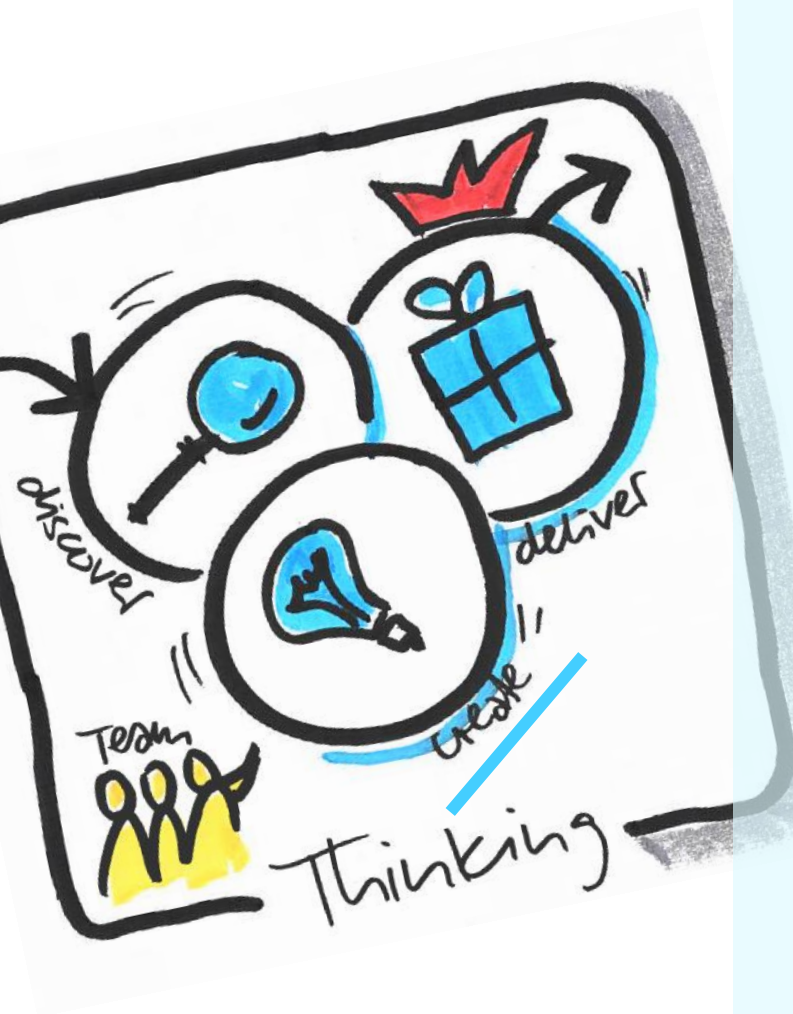


## **Discover** (Thinking 1/3) – die wahren Nutzer- & Kundenbedürfnisse entdecken & verstehen

**Inhalt:** Entdecke und verstehe die Bedürfnisse und Potentiale bei Nutzern & Kunden, Produkten & Services. Finde mit Empathie die wirklichen oder wahren Gewinnfaktoren und Probleme bzw. Herausforderungen, um Dein Wertangebot noch besser auf den Nutzer- / Kundenerfolg abzustimmen.

**Methoden:** Workshop mit Entwicklungsteam. Interaktion beim oder mit dem Kunden / Nutzer.

**Output:** Persona-/Kundenprofil nach Kundensegmenten. Value-Proposition-Design (Teil 1/2). Protokolle der Kundeninteraktion (Status: Problem-Kunden-Fit).

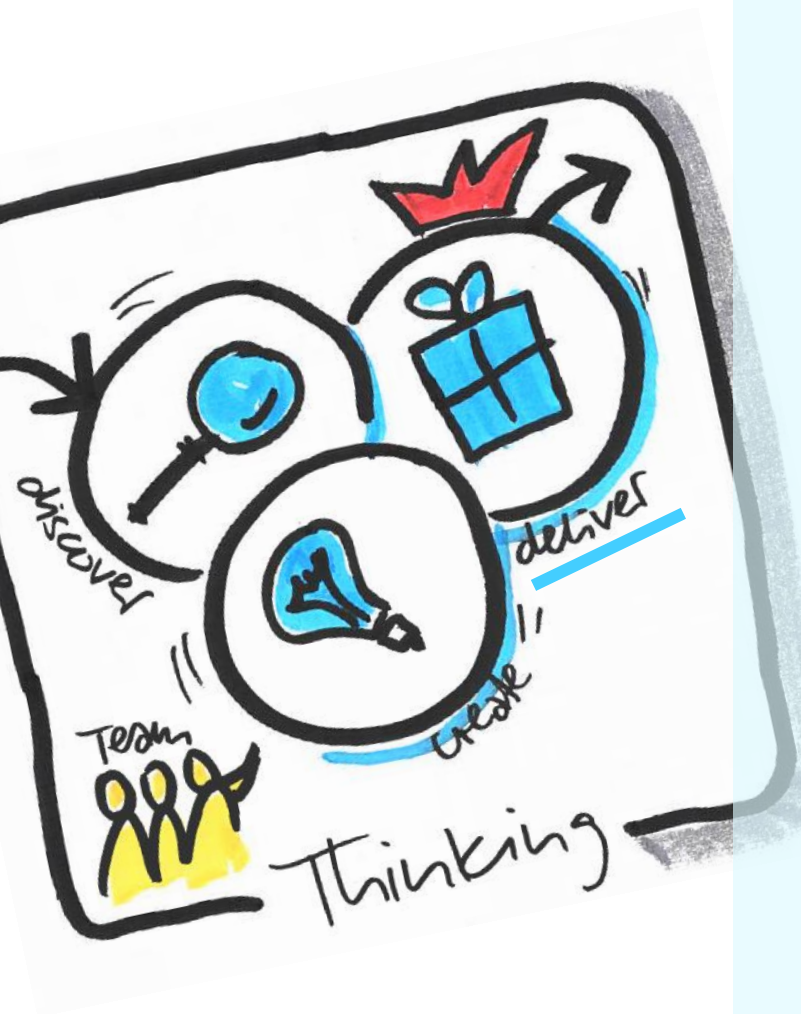


**Create** (Thinking 2/3) – attraktive Lösungen entwickeln, Team begeistern

**Inhalt:** Generiere im Team neue interessante Ideen als Gewinntreiber und Problemlöser. Nimm dabei andere Perspektiven und Sichtweisen ein. Entwickle in Co-Creation mit dem Kunden erfolgswirksame Lösungen. Begeistere Dich mit dem Team für das beste Wertangebot für den Kunden (Value-Matching).

**Methoden:** Workshop mit Entwicklungsteam. Expert-Talks als 2nd-Opinion (Fach-/Businessexperten)

**Output:** Erfahrungsnachweis in der Customer-Journey. Lösungen in der Value-Map identifiziert. Value-Proposition-Design (Teil 2/2).

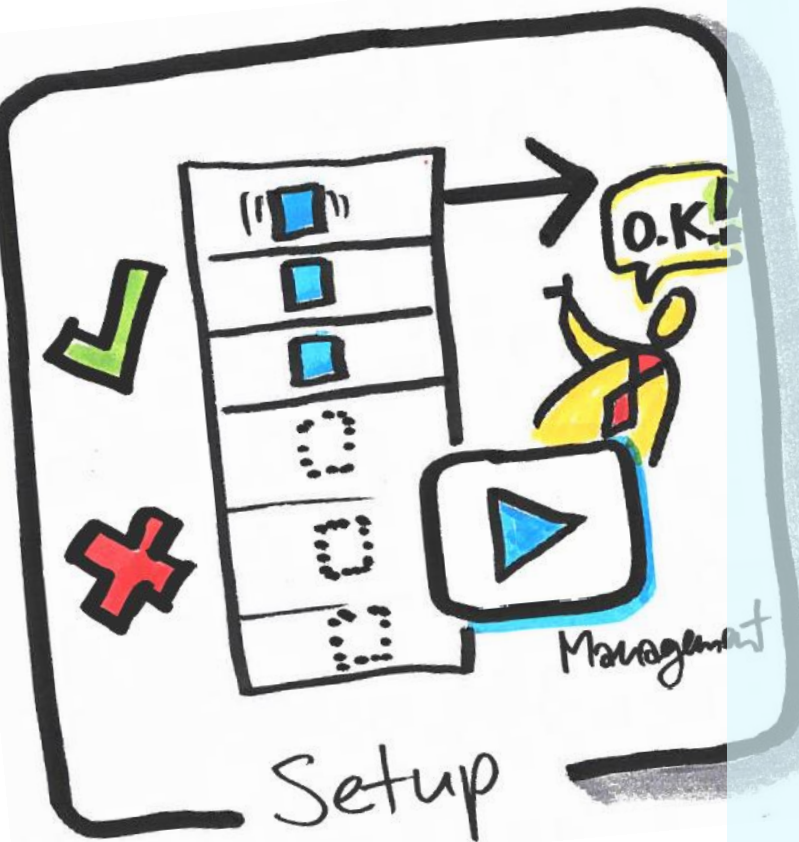


**Deliver** (Thinking 3/3) – die konkrete Businessperspektive einnehmen

**Inhalt:** Gestalte nun aus Lösungsansätzen skalierbare Cases bzw. Stories (Geschäftsfälle). Stelle möglichst praxisnahe Prototypen dar, um die Wirkung zu spüren und zu besprechen. Entwickle Zusammenhänge und Einflüsse aber auch Anforderungen mit Fact's & Figures im gesamten Markt- und Geschäftsmodell.

**Methoden:** Workshop mit Entwicklungsteam und Challenge mit Management (Entscheidkriterien / Machbarkeit).

**Output:** Repräsentierbare Prototypen bzw. Initiativen als minimal nutzbare Ergebnisse (MVP), die ausgearbeiteten Businesscases und ein angepasstes Business-Modell (Status: Problem-Solution-Fit).



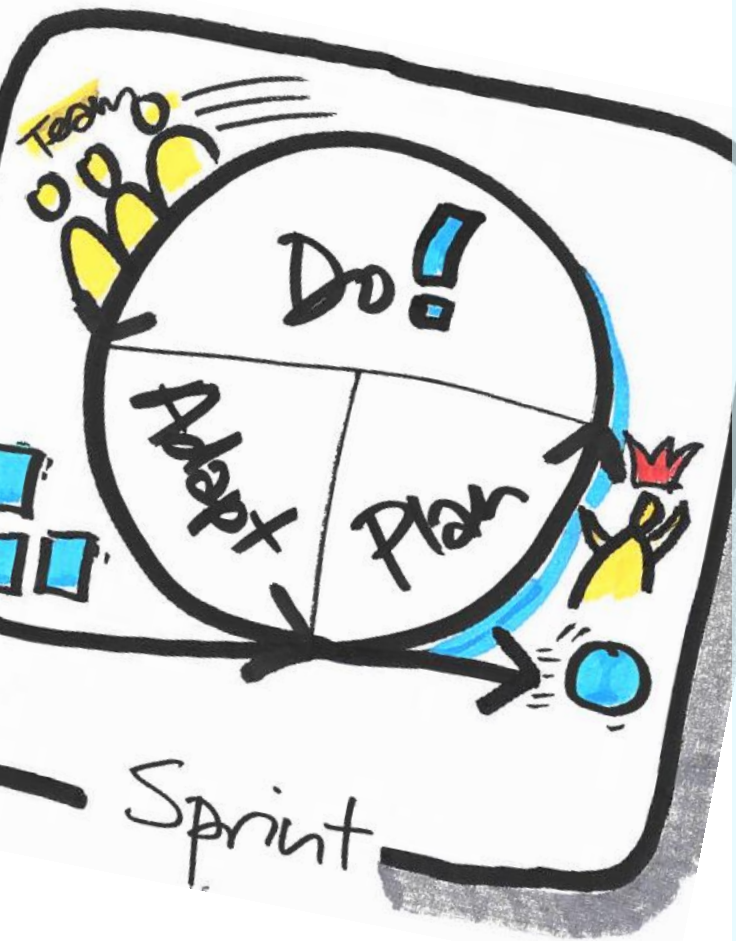
**Setup** – priorisierte Businesscases für die Umsetzung aufsetzen

**Inhalt:** Wähle die attraktiven Cases abgestimmt auf die strategischen Stossrichtungen und die DNA Deines Unternehmens. Priorisiere dann die Cases als Topic's für die Weiterverfolgung im Design-Sprint zur Umsetzung. Committe Dich für die Produkt-Vision und abgeleiteten Ziele.

**Methoden:** Workshop mit Management-Team, Operative Leitung bzw. Projektsteering und dem Umsetzungsteam.

**Output:** Produkt- oder Service-Vision, freigegebener Business-/ Produktbacklog sowie 'Design'-Roadmap.



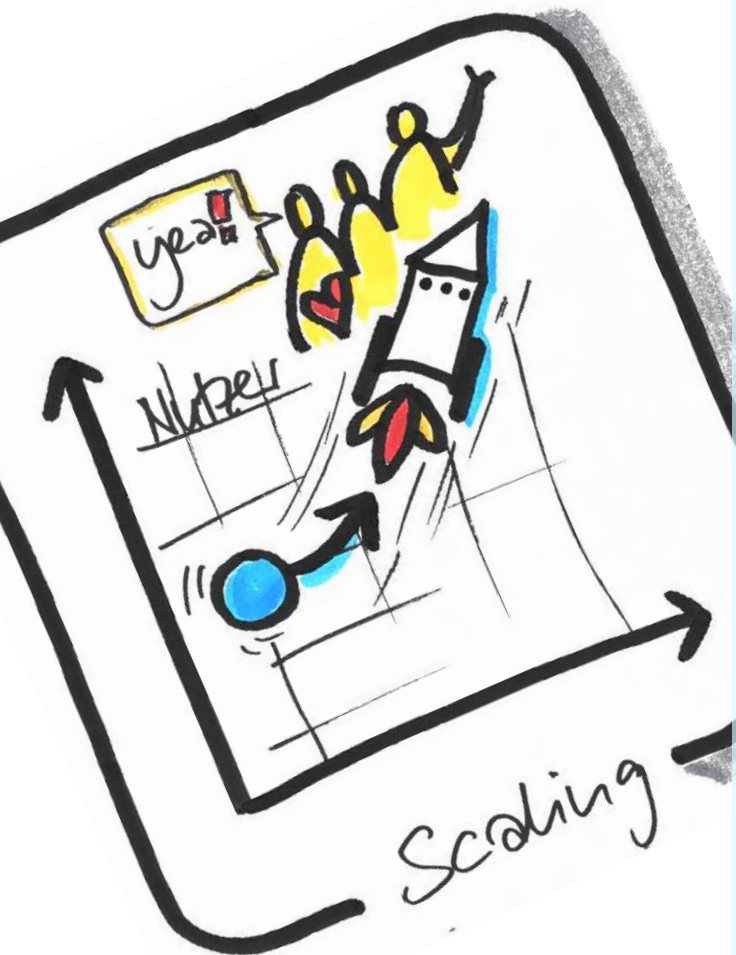


**Design-Sprint** – mit dem Team nutzbare Ergebnisse verfügbar machen. Iterativ & schnell.

**Inhalt:** Nutze den Lean-Startup-Ansatz, um mit wenig Aufwand Dein Angebot bzw. Ergebnis iterativ weiter zu entwickeln. Strukturiere die Ergebnisse schrittweise (MVP, Minimum-Value-Product). Durch die schnellen Iterationen wird das Ergebnis bzw. die Lösung, ggs. das Geschäftsmodell, stetig verbessert und validiert.

**Methoden:** Einzel- und Teamarbeit, Meetings als 'Stand-ups' mit Leiter 'Sprint' und in-/externen Entscheider, Beeinflusser und Experten.

**Output:** Nutzbares Sprint-Ergebnis (Protokoll des Review's/Retro's) und ein verifiziertes 'Business-Modell-Canvas' (Status: Produkt-Markt-Fit).

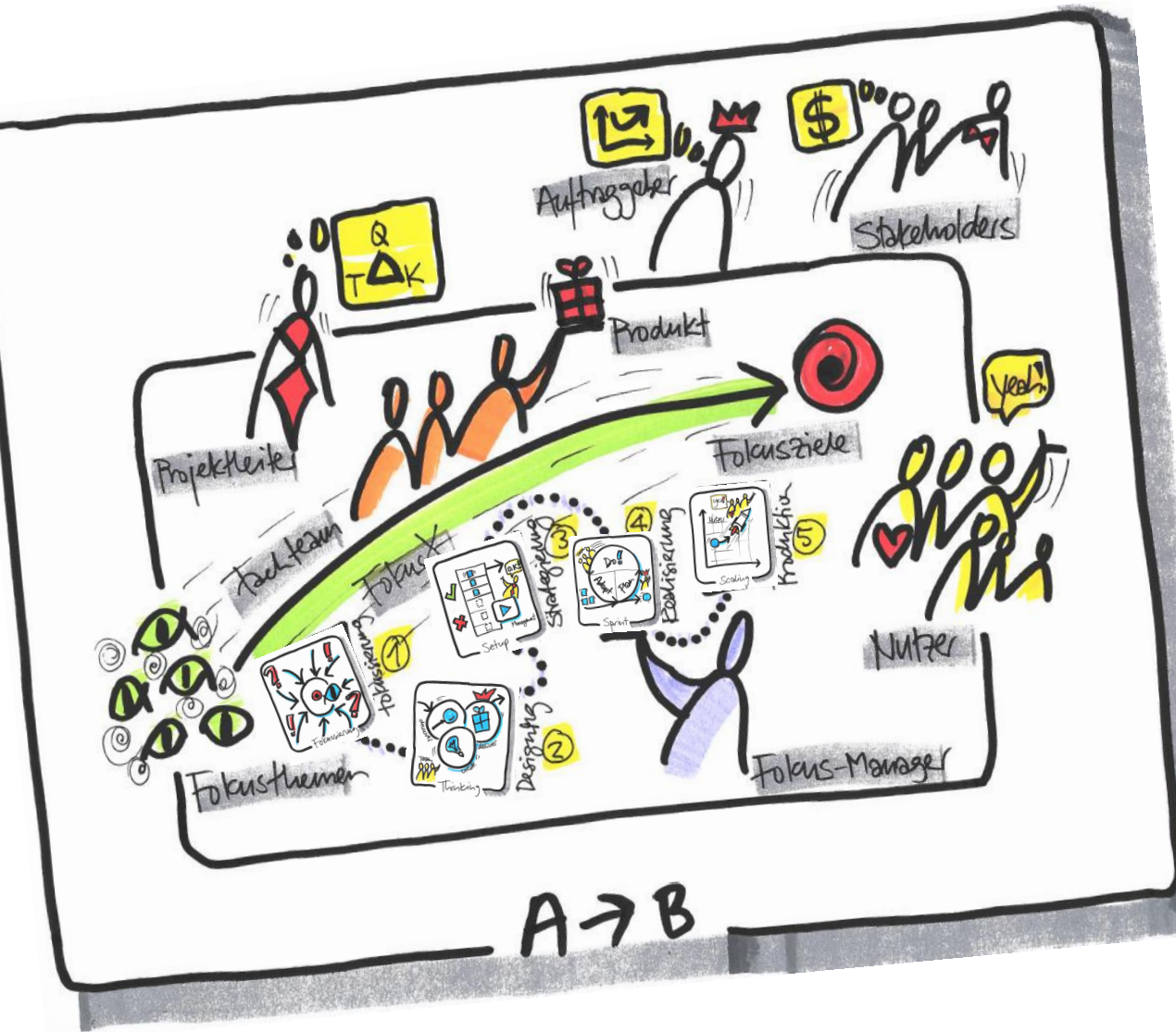


**Scale & Grow** – die Organisation einen Schritt nach vorne bringen, und neue Wege gehen

**Inhalt:** Es wird an Wachstum gedacht und das Geschäft skaliert. Das Ergebnis wird in die Organisation bzw. in den Betrieb eingeführt. Etabliere skalierbare Prozesse, Strukturen und Plattformen. Überprüfe das Mindset & Fähigkeiten Deiner Organisation und bringe sie weiter (die Arbeitshypothesen verifizieren & validieren).

**Methoden:** Operative Workshops als Einzel- und Teamarbeit, mit Lieferanten und Nutzern am Arbeitsort. Beizug von Experten.

**Output:** Erarbeitete Test- und Lernkarten zur Erfolgssteigerung beim Kunden, Operative Erkenntnisse und Learnings.



## Rollen im Entwicklungsprojekt

Die Fokusthemen über die **5 Entwicklungsschritte** mit allen dazu erforderlichen Methoden im 'Spielfeld'.

Der Auftraggeber bzw. der Projektleiter wird **entlastet**.

Das Fachteam ist verantwortlich für das **inhaltliche Ergebnis**.

Wir übernehmen die Verantwortung für den **wirksamen Prozess von A → B**.