

Inhaltsverzeichnis

Geleitworte	13
Danksagungen	19
Vorwort	23

Teil I Einführung und Grundsätze	29
---	-----------

1 Wichtiger als je zuvor	31
Design entwickelt sich ständig weiter	31
2 Grundsätze	35
Die Grundlagen von Lean UX.	35
Wie lautet also die Definition von Lean UX?	38
Grundsätze	39
Fazit	48
3 Ergebnisse	49
Wie wollen wir arbeiten?	49
Ergebnisse, Iteration und Validierung	55

Teil II Der Prozess	57
----------------------------	-----------

4 Das Lean UX Canvas	59
Annahmen sind die neuen Anforderungen	59
Das Lean UX Canvas	61
Das Canvas verwenden	64
Fazit	67
5 Feld 1: Das Unternehmensproblem	69
So geht es	70
Einige Beispiele für Problemstellungen	72
Worauf Sie achten sollten	73

6 Feld 2: Die Unternehmensergebnisse	75
User Journeys verwenden	76
Worauf Sie achten sollten	82
7 Feld 3: Nutzer	85
Die Proto-Persona-Vorlage	87
So geht es	88
Worauf Sie achten sollten	91
8 Feld 4: Nutzerergebnisse und -vorteile	93
So geht es	95
Worauf Sie achten sollten	96
9 Feld 5: Lösungen	97
So geht es	98
Eine Design-Studio-Session durchführen	99
Worauf Sie achten sollten	106
10 Feld 6: Hypothesen	107
So geht es	109
Hypothesen priorisieren	112
Worauf Sie achten sollten	114
11 Feld 7: Welchen wichtigsten Aspekt müssen wir zuerst in Erfahrung bringen?	115
So geht es	116
Worauf Sie achten sollten	116
12 Feld 8: MVPs und Experimente	117
Was ist ein MVP überhaupt?	118
Ein MVP erstellen	119
Beispiele für MVPs	122
Prototyping	130

13 Alles unter einen Hut bringen	137
Das Lean UX Canvas im Unternehmen	137
Validately: Produkt mit Kundeninterviews und einem schnellen Prototyp validieren	139
Kaplan Test Prep: Mit Lean UX ein neues Unternehmen starten	141
<hr/>	
Teil III Kollaboration	145
14 Kollaboratives Design	147
Kollaboratives Design	148
Designsysteme.	154
Mit geografisch verteilten Teams zusammenarbeiten.	162
Fazit	165
15 Feedback und Forschung.	167
Kontinuierliche und kollaborative Nutzerforschung	167
Fazit	187
16 Lean UX und Agile im Zusammenspiel	189
Machen Sie sich den agilen Prozess zu eigen	190
Lean UX und der Scrum-Rhythmus	201
Stakeholder und das Risiko-Dashboard	208
Ergebnisorientierte Roadmaps	210
Lean UX und Agile im Unternehmen	213
Fazit	217
<hr/>	
Teil IV Lean UX in Ihrem Unternehmen	219
17 Organisatorischer Wandel	223
Der Wandel.	224

18 | Lean UX in einer Agentur 241

 Wie möchten Sie arbeiten? 241

 Beim Verkauf von Lean UX an Kunden geht es darum,
 Erwartungen zu wecken 243

 Niemand will Experimente kaufen 243

 Sie haben den Zuschlag erhalten! Jetzt kommt die
 Beschaffungsabteilung ins Spiel 244

 Sie sind kein Outsourcing-Partner mehr 245

 Ein kurzer Hinweis zu Entwicklungspartnern und
 Dienstleistern 246

 Fazit 247

Abschließende Worte 249

Index 252