

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur deutschen Ausgabe	11
Vorwort zur zweiten Auflage	13
Teil I: Lektionen von führenden Technologieunternehmen	
1 Hinter jedem großartigen Produkt	19
2 Technologiegetriebene Produkte und Dienstleistungen	21
3 Start-ups: Product/Market-Fit	23
4 Wachstumsunternehmen: Skalieren zum Erfolg	25
5 Reife Unternehmen: dauerhafte Produktinnovation	27
6 Die Grundursachen gescheiterter Produktvorhaben	29
7 Jenseits von Lean und Agile	35
8 Die Hauptkonzepte	37
Teil II: Die richtigen Leute	
PRODUKTTEAMS	44
9 Grundsätze starker Produktteams	45
10 Product Manager	53
11 Product Designer	63
12 Engineers	69
13 Product Marketing Manager	73
14 Die unterstützenden Positionen	75
15 Profil: Jane Manning von Google	79
PEOPLE @ SCALE	81
16 Leadership	83
17 Head of Product	87
18 Head of Technology	93
19 Delivery Manager	97
20 Prinzipien der Strukturierung von Produktteams	99

21 Profil: Lea Hickman von Adobe	107
 Teil III: Das richtige Produkt	
PRODUCT ROADMAPS	112
22 Die Schwierigkeiten mit Product Roadmaps	115
23 Die Alternative zu Roadmaps	117
PRODUCT VISION	121
24 Product Vision und Product Strategy	123
25 Prinzipien der Product Vision	127
26 Prinzipien der Product Strategy	129
27 Produktprinzipien	131
PRODUCT OBJECTIVES	132
28 Die OKR-Technik	135
29 Objectives des Produktteams	137
PRODUCT @ SCALE	140
30 Product Objectives @ Scale	141
31 Product Evangelism	143
32 Profil: Alex Pressland von der BBC	145
 Teil IV: Der richtige Prozess	
PRODUCT DISCOVERY	148
33 Prinzipien der Product Discovery	151
34 Überblick Discovery-Techniken	155
FRAMING-TECHNIKEN	158
35 Opportunity Assessment	161
36 Customer Letter	163
37 Start-up Canvas	165
PLANNING-TECHNIKEN	168
38 Story Maps	169
39 Customer Discovery Program	171

40 Profil: Martina Lauchengco von Microsoft	179
IDEATION-TECHNIKEN	181
41 Customer Interviews	183
42 Concierge-Test	185
43 Die Stärke des Kundenfehlverhaltens	187
44 Hack Days	189
PROTOTYPING-TECHNIKEN	190
45 Prinzipien von Prototypen	193
46 Feasibility Prototyping	195
47 User Prototyping	197
48 Live Data Prototyping	199
49 Hybrid Prototyping	201
TESTING-TECHNIKEN	202
50 Usability Testing	205
51 Value Testing	211
52 Demand Testing (Bedarfsermittlung)	213
53 Qualitatives Value Testing	217
54 Quantitatives Value Testing	221
55 Feasibility Testing	227
56 Business Viability Testing	231
57 Profil: Kate Arnold von Netflix	237
TRANSFORMATIONSTECHNIKEN	239
58 Discovery Sprint	241
59 Pilotteams	245
60 Eine Organisation von Roadmaps entwürfen	247
PROCESS @ SCALE	248
61 Der Umgang mit Stakeholdern	249
62 Produkterkenntnisse kommunizieren	255
63 Profil: Camille Hearst von Apple	257

Teil V: Die richtige Kultur

64 Gute Produktteams, schlechte Produktteams	261
65 Die wichtigsten Gründe für Innovationsverlust	265
66 Die Hauptgründe für Geschwindigkeitsverlust	267
67 Eine starke Produktkultur etablieren	269
Danksagung	271
Über den Autor	273
Weitere Informationen	275
Stichwortverzeichnis	277