

Inhaltsverzeichnis

Geleitworte	13
Danksagungen	19
Vorwort	23
<hr/>	
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
<hr/>	
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

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

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