

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitworte</b> .....	<b>13</b>
<b>Danksagungen</b> .....	<b>19</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>23</b>
<hr/>	
<b>Teil I Einführung und Grundsätze</b> .....	<b>29</b>
<b>1   Wichtiger als je zuvor</b> .....	<b>31</b>
Design entwickelt sich ständig weiter .....	31
<b>2   Grundsätze</b> .....	<b>35</b>
Die Grundlagen von Lean UX .....	35
Wie lautet also die Definition von Lean UX? .....	38
Grundsätze .....	39
Fazit .....	48
<b>3   Ergebnisse</b> .....	<b>49</b>
Wie wollen wir arbeiten? .....	49
Ergebnisse, Iteration und Validierung .....	55
<hr/>	
<b>Teil II Der Prozess</b> .....	<b>57</b>
<b>4   Das Lean UX Canvas</b> .....	<b>59</b>
Annahmen sind die neuen Anforderungen .....	59
Das Lean UX Canvas .....	61
Das Canvas verwenden .....	64
Fazit .....	67
<b>5   Feld 1: Das Unternehmensproblem</b> .....	<b>69</b>
So geht es .....	70
Einige Beispiele für Problemstellungen .....	72
Worauf Sie achten sollten .....	73

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

<b>13   Alles unter einen Hut bringen</b> . . . . .	<b>137</b>
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

---

<b>Teil III Kollaboration</b>	<b>145</b>
-------------------------------	------------

<b>14   Kollaboratives Design</b> . . . . .	<b>147</b>
Kollaboratives Design . . . . .	148
Designsysteme. . . . .	154
Mit geografisch verteilten Teams zusammenarbeiten. . . . .	162
Fazit . . . . .	165
<b>15   Feedback und Forschung</b> . . . . .	<b>167</b>
Kontinuierliche und kollaborative Nutzerforschung . . . . .	167
Fazit . . . . .	187
<b>16   Lean UX und Agile im Zusammenspiel</b> . . . . .	<b>189</b>
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

---

<b>Teil IV Lean UX in Ihrem Unternehmen</b>	<b>219</b>
---	------------

<b>17   Organisatorischer Wandel</b> . . . . .	<b>223</b>
Der Wandel. . . . .	224

<b>18   Lean UX in einer Agentur</b> .....	<b>241</b>
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
 <b>Abschließende Worte</b> .....	 <b>249</b>
<b>Index</b> .....	<b>252</b>

Diese Leseprobe haben Sie beim  
 **edv-buchversand.de** heruntergeladen.  
Das Buch können Sie online in unserem  
Shop bestellen.

[Hier zum Shop](#)