

5.1.6 Kamera- und Screenshot-Stories

5.1.7 What – How – Why

5.2 Methoden für die 2. Phase: Definieren

5.2.1 Insight-Karten

5.2.2 Erlebnisse erzählen und ergänzen

5.2.3 2 x 2-Matrix

5.2.4 Customer Journey Map

5.2.5 Kraftfeld-Analyse

5.2.6 CATWOE

5.2.7 Ishikawa- oder Fischgräten-

Diagramm

5.2.8 SWOT-Analyse

5.2.9 ERAF-Systemdiagramm

5.2.10 Gestaltung der Design Challenge

5.2.11 How-Why-Ladder

5.3 Methoden für die 3. Phase, Teil 1: Ideen generieren

5.3.1 Brainstorming allgemein

5.3.2 6-3-5

5.3.3 Kopfstand- und Umkehrtechnik

5.3.4 SCAMPER

5.3.5 Walt-Disney-Methode

5.3.6 Mind Mapping

5.3.7 Wort-Assoziations-Technik

5.3.8 Die schlechtesten Ideen

5.3.9 Analogie

5.3.10 1 – 2 – 4 – All

5.3.11 Methoden für die 3. Phase, Teil 2: Ideen auswählen

5.3.11.1 Einfaches Voting oder Punkte kleben

5.3.11.2 Vier Kategorien

5.3.11.3 Affinitätsdiagramm

5.4 Methoden für die 4. Phase: Experimentieren

5.4.1 Quick and Dirty Prototyping

5.4.2 Speedboat

5.4.3 Fast Finish

5.4.4 Pre Mortem

5.4.5 Usability Testessen

5.4.6 Wireframes

5.4.7 Zauberer von Oz

5.4.8 Feedback-Gespräch

5.4.9 Weitere Feedback-Methoden

5.4.9.1 One-Minute-Paper

5.4.9.2 Rezension

5.4.9.3 Blitzlicht

5.4.9.4 Feedback-Briefe

6 Projektmuster

6.1 Vor dem Start des Design-Thinking-Projekts

6.2 Ein typisches Design-Thinking-Projekt

6.3 Ein neues Produkt für