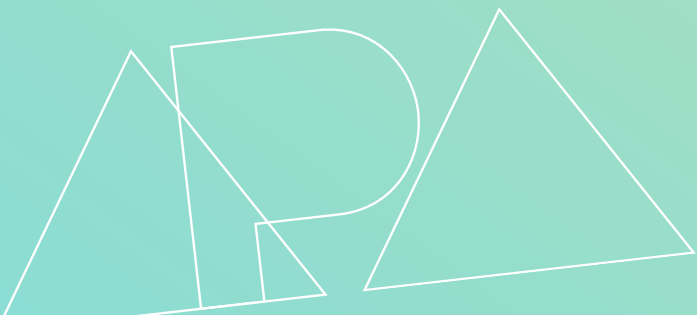


Design Sprint

Produktdesign, Prototyping
und Testing in fünf Tagen

MEDIALAB





MEDIALAB



Warum Design Sprints?

>> Ein Design Sprint vereint Struktur, Moderation und Tools in einer Methode, um High-priority-Projekte einer Organisation mit mehr Kreativität und Nutzerorientierung zu bewältigen – effizient und immer mit dem Ziel, echte Ergebnisse zu erzielen. <<

Jedes Unternehmen hat in der Regel ein riesiges Backlog an Ideen und Projekten, die man „mal machen müsste“, wenn Zeit oder Budget vorhanden ist. Nicht selten kommt eine Idee nie ins Rollen, bleibt auf halben Weg stecken oder geht am Bedürfnis des Kunden vorbei. Denn letztlich ist eine gute Produktidee immer nur so viel wert, wie Kunden bereit sind, zu investieren. Oder anders ausgedrückt: Je früher Idee und Kunden-Need gegenübergestellt werden, desto eher stellt sich ein Markterfolg ein.

Was früher in langwierigen Projektstrukturen abgebildet wurde, erfordert heute agile Arbeitsweisen. Build, Measure, Learn lautet die Devise beim Rapid Prototyping. Im APA-medialab arbeiten wir genau so.

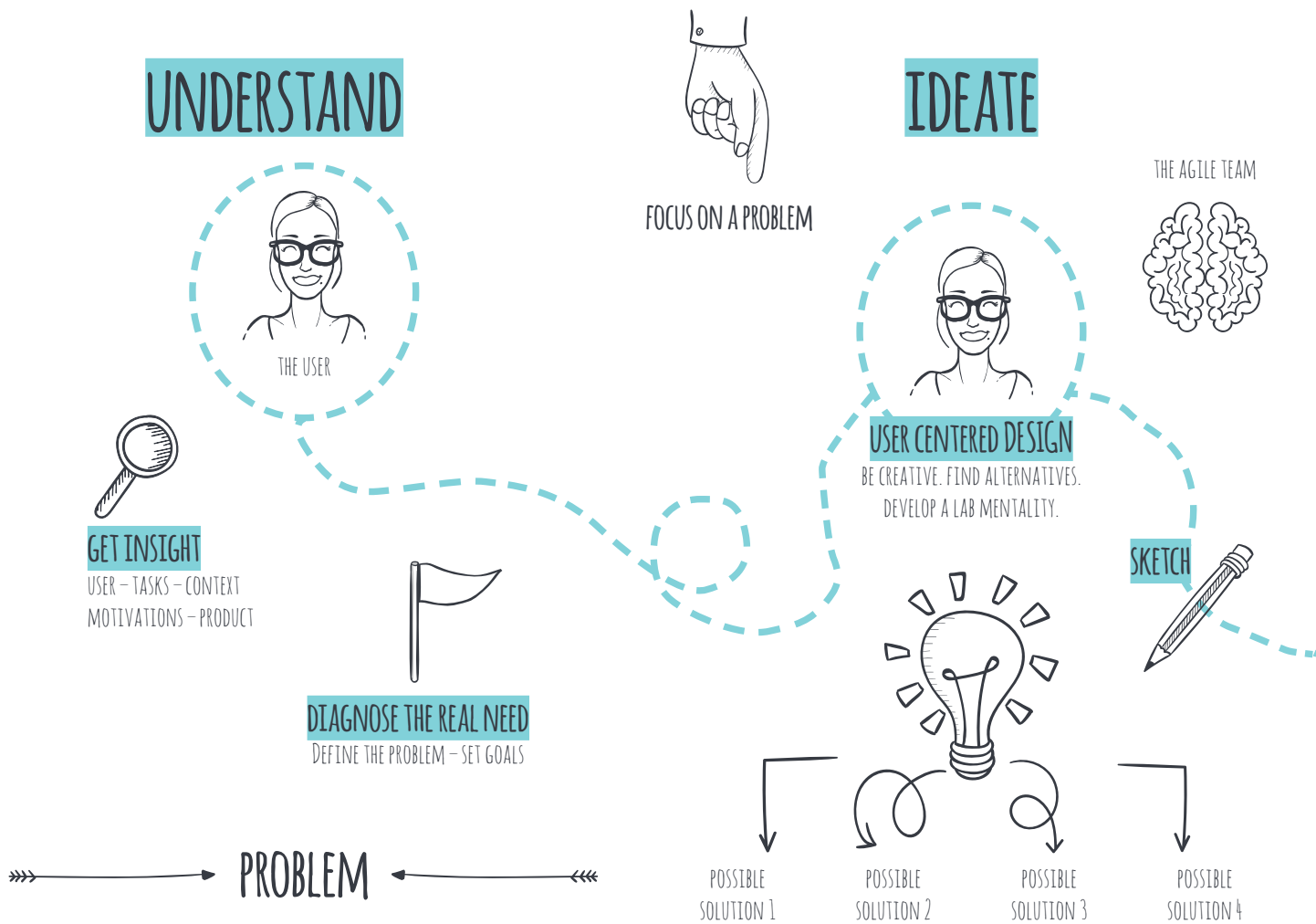
Mit Design Sprints werden Trends und Ideen frühphasig evaluiert. Der Nutzer und seine Bedürfnisse stehen dabei im Mittelpunkt. Fällt die Idee schon beim Testing durch, haben Sie viel Geld gespart, kommt sie an, sind Sie einem erfolgreichen Produktdesign einen großen Schritt nähergekommen.

2010 hat Google Ventures mit dem Design Sprint Framework einen strukturierten Prozess geschaffen. Dieser kombiniert die besten Methoden aus Design Thinking und Nutzerforschung und wurde seitdem mit zahlreichen Organisationen, etwa Merck, Uber, United Nations, Facebook oder Porsche, erprobt und weiterentwickelt. Design Sprints eignen sich, um einmalig kritische Herausforderungen zu lösen oder als regelmäßige Arbeitsweise mit optimalem Anschluss an Entwicklerteams.

Mit Design Sprints bekommen Produktverantwortliche einen Eindruck, wie der Kunde mit dem Produkt interagiert. Diese Arbeitsweise hilft Führungskräften bei Entscheidungen, von denen sie vielleicht noch gar nicht wussten, dass sie getroffen werden müssen. So können kritische Business-Fragen innerhalb von fünf Tagen beantwortet werden.

Design Sprints beantworten folgende Fragen:

- Welche Bedürfnisse, Probleme & Motivationen hat der Kunde?
- Verstehen Kunden die Product Value Proposition?
- Mit welchen Botschaften kann das Produkt möglichst gut erklärt werden?
- Warum werden neue Features nicht angenommen?



Wie funktionieren Design Sprints?

DECIDE



DISCUSS
THE SOLUTIONS

PROTOTYPE



PAPER



DIGITAL

PROTOTYPE

ITERATIVE
PROCESS

VALIDATE

REFINE

TEST



THE USER



THE USER

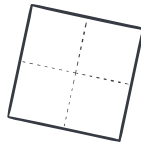
VOTE IDEAS

SELECT THE BEST ONE



STORYBOARD

CREATE A STEP-BY-STEP PLAN
FOR YOUR PROTOTYPE



START NOW.

Ein Design-Sprint ist ein fünftägiger Prozess mit dem Ziel, ein Produkt oder die Weiterentwicklung eines Produktes in kürzester Zeit kollaborativ zu realisieren. Ermöglicht wird das durch einen speziellen Methodenkoffer mit mehr als 40 Werkzeugen, die je nach Thema und Anforderung zum Einsatz kommen. Geleitet wird der Sprint vom Facilitator, der auch im Vorfeld das Team zusammenstellt.

Bei der Auswahl der Teilnehmer achten wir auf eine Balance aus Expertise, Kreativität und Entscheidungsfreudigkeit.

Im Kernteam sollten folgende Rollen vertreten sein:

- Sprint Facilitator
- Decider
- Developer
- UX Designer
- Marketer
- Product Manager
- Experts

Fünf konzentrierte Tage

Montag: Verstehen

Wer ist die Zielgruppe? Was ist das Ziel des Sprints?

Dienstag: Ideen generieren

Wie sieht die User Journey aus? Wo liegt der Pain Point beim Kunden und wo kann er abgeholt werden?

Mittwoch: Entscheiden

Welche Lösung macht das Rennen um den Prototyp?

Donnerstag: Prototyp

Wo liegt der Fokus? Was funktioniert, was nicht?

Freitag: Testen

Wie kommt die Idee beim Kunden an?
Wie interagiert er mit der Lösung?

„THE ONLY WAY TO DO IT
IS TO DO IT.“

Merce Cunningham



Das APA-medialab Sprintangebot

In einem Design Sprint evaluieren wir Ihre Idee. Wir ...

- identifizieren und umreißen das zu lösende Problem und die zu erreichenden Ziele.
- suchen, zeichnen, beschreiben und hinterfragen Lösungsideen.
- entscheiden uns für eine (umsetzbare) Idee.
- erstellen ein Storyboard.
- bauen den Prototyp.
- testen mit echten Kunden.
- präsentieren die Ergebnisse.

Zielgruppe

- Produktmanager
- Innovation und Business Development Manager
- Marketingverantwortliche
- Geschäftsführer
- Gründer

Ergebnis

Sie erhalten einen durch Ihre Kunden validierten Prototypen, Erkenntnisse aus dem Testing und Grundlagen für die Entscheidung, mit der Produktentwicklung zu starten. Der Prototyp kann weiter verfeinert oder in die Produktentwicklung eingebracht werden.

Sprint Packages

In-House Sprint

Wir definieren mit dem Auftraggeber die Challenge und moderieren den Workshop in Ihrem Unternehmen. Vorab beraten wir bei der Zusammensetzung des Teams, bestehend aus Ihren Fachleuten und Experten.

Full Service Sprint

Wir bieten individuelle Expertise aus den Bereichen UX-Design, Development und Research, die Moderation erfolgt durch uns. Der creation space der APA bietet alle Möglichkeiten für kreatives Arbeiten, Catering und Arbeitsmaterialien inklusive.

Immer inkludiert:

- Vorgespräch und Vorbereitung des Sprints
- Moderation durch einen Sprint Facilitator
- Bereitstellung von Prototyping Materialien
- Dokumentation und Nachbereitung

Clemens Prerovsky, Sprint Facilitator

clemens.prerovsky@apa.at

+43 699 1444 7000



Nadine Rigele, Sprint Facilitator

nadine.rigele@apa.at

+43 680 116 1181



About APA-medialab

Potenziale aus dem digitalen Wandel zu identifizieren und zu nutzen ist aktuell die größte Herausforderung für zahlreiche Branchen. Diese Transformation verändert nicht nur die Art und Weise der Kommunikation, sondern auch, wie Journalisten arbeiten.

Im APA-medialab sehen wir uns als Brückenbauer zwischen der Medien- und Kommunikations-Branche und den neuesten Technologien. Wir glauben daran, dass Medien und Kommunikatoren zu Gamechangern werden, wenn sie journalistische Kompetenz, Technologie und Daten miteinander kombinieren.

Ein interdisziplinäres Team aus Developern, Designern, Journalisten, Researchern und Marketern arbeitet im APA-medialab zusammen an Produkt- und Service-Innovationen.

Wir forschen, entwickeln und realisieren Prototypen als Grundlage für Umsetzungsentscheidungen. Bei diesen Erkenntnissen spielt Zeit eine wesentliche Rolle. Agile Methoden, iterative Prozesse und Userfeedback helfen uns dabei, Nutzer zu verstehen und Lösungen rasch zu validieren.

