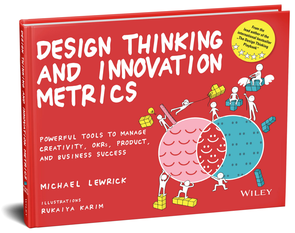
Project:
Team:
Version & Date:

EMAPATHY MAP



Lewrick, M.
Design Thinking and Innovation Metrics
978-1-1198-1515-0
www.design-metrics.com

Kurzanleitung: Das Template hilft bei der Erfassung und Synthese der Gespräche, die durch die Beobachtungen entstanden sind. Die Visualisierung der Einstellungen und Verhaltensweisen der Kunden/Nutzer hilft dabei, ein tiefes Verständnis der Kunden/Nutzer zu entwickeln. Auf der Grundlage der Empathy Map/Persona können die Ziele des Kunden und das damit verbundene Problem-Szenario beschrieben werden.

Tipps & Tricks zum Template auf Buchseite: 110

Persona

In wen fühlen wir uns ein? Beschreibe die fiktive Person, die den Nutzer/Kunden darstellt.

2

Übertrage und abstrahiere die Erkenntnisse aus der Empathy Map in ein Nutzerprofil/eine Persona. Validiere die Annahmen, die über den Kunden/Nutzer getroffen wurden.

Influencer

Wer ist an dem Nutzer beteiligt?

Trends

Was sind die treibenden Kräfte (in der Zukunft)?

Pains

Schwierigkeiten mit bestehenden Produkten und Dienstleistungen?

Gains

Was macht den Nutzer/ Kunden glücklich?

JTBD

Welche funktionalen Aufgaben werden durch das Produkt unterstützt?

Empathy-Map

Schlüpfe in die Rolle der Persona und entwickeln ein tiefes Verständnis für ihre Gefühle, Aktivitäten und Äusserungen und Gedanken.

1

Diskutiere und dokumentiere die Beobachtungen, um mehr Einfühlungsvermögen für den potenziellen Kunden/Nutzer zu gewinnen.

Think

Was denkt der Kunde/Nutzer? Welche Gedanken motivieren das Verhalten des Kunden/Nutzers?

Say

Was sagt der Kunde/Nutzer? Welche Absicht verfolgt er/sie mit der Formulierung der Worte in einer bestimmten Weise?



Feel

Was sind die Gefühle des Kunden/Nutzers?

Do

Welches Verhalten des Kunden/Nutzers kann beobachtet werden?

Ziel

Beschreibe und teile dem Team mit, was der Kunde/Nutzer braucht/erledigen möchte und welche Entscheidungen der Kunde/Nutzer zu treffen hat.

3

Diskutiere und dokumentiere mögliche Problemszenarien, Alternativen und was dem Kunden/Nutzer einen echten Mehrwert bringen könnte.

Problem-Szenario

- *Welche grundlegenden Aufgaben müssen erledigt werden?*
- *Welche Bedürfnisse müssen erfüllt werden?*

Alternativen

- *Wie geht der Kunde/Nutzer heute damit um?*
- *Wie funktioniert das?*

Value Propositions

- *Was könnte besser gemacht werden?*
- *Warum ist das jetzt und in Zukunft so wichtig?*
- *Wie funktioniert das?*

Bestelle Premium Design Thinking und Innovations-metriken PDF Templates:
WWW.DT-TOOLBOOK.COM/ SHOP