

Münchener Kreis | Mitgliederversammlung  
18. November 2008 | *Innovation beyond Technology*

# Erfolgsfaktoren für „Wow“-Produkte in IT und Telekommunikation

Philipp Schäfer **IDEO**

oder...

DAS MEISTE

LERNT MAN NICHT

AM SCHREIBTISCH...

Wer ist IDEO?

# Wer ist IDEO?



Wir sind eine globale Design – und Innovationsberatung

\*1991/560



IDEO ist weltweit führend bei Innovation und Design von Produkten, Services, Räumen und Markenerlebnissen.

Chosen as one of the top 20 innovative companies of the world in a 2005 poll of 940 senior executives in 68 countries conducted by BusinessWeek and the Boston Consulting Group

PROFITS 1ST QTR  
RESULTS FOR 900  
COMPANIES

BOOK EXCERPT  
THE NEW RATIONAL  
EXUBERANCE

INVESTING  
FINDING THE BEST  
ONLINE BROKERS



# Die Herkunft unserer Mitarbeiter



Human Factors

Industrie-design

Interactions-design

Umgebungen

Maschinenbau-Ingenieure

Elektro-Ingenieure

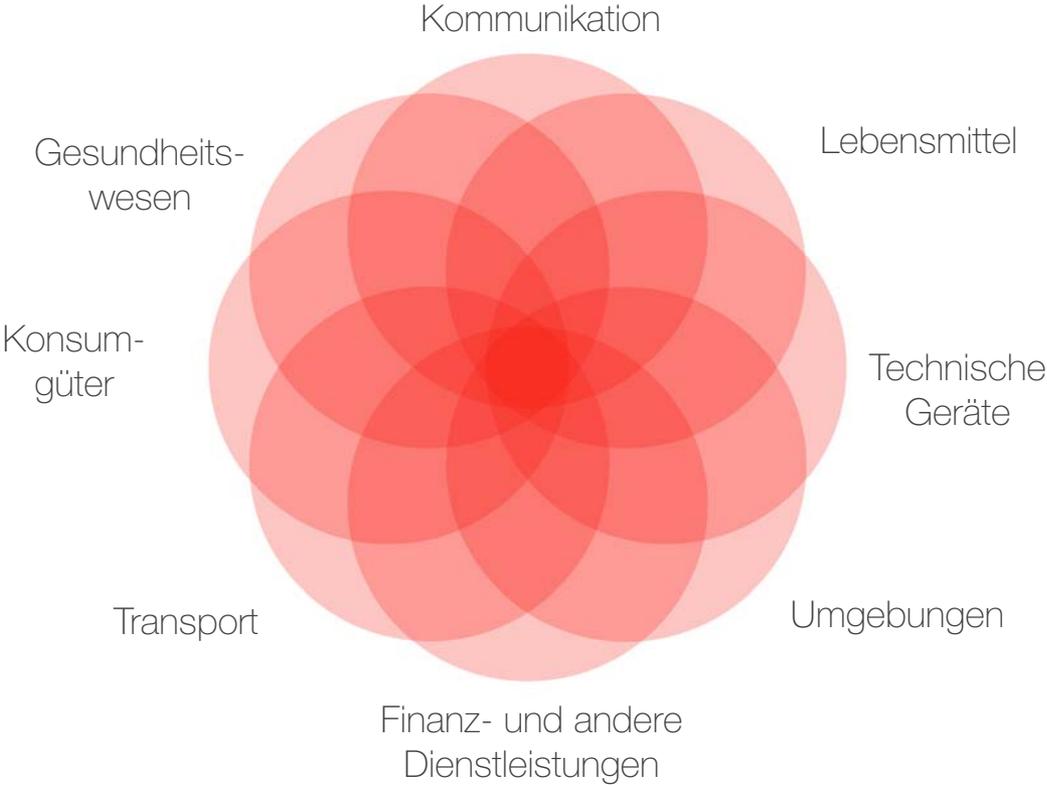
Prototyping

Industrielle Fertigung

Business Factors

Branding

Wir agieren in vielen  
Industrien. Der Gewinn ist  
gegenseitige Befruchtung.



# Einige unserer Kunden

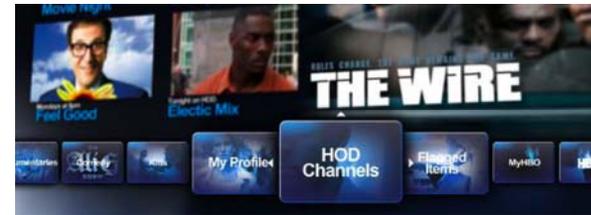


# Unsere **Ergebnisse** nehmen viele Formen an

Räume



Produkte



Zukunftsszenarien

Software



Dienstleistungen

Kommunikation



Marken



Prozesse



# WAS MACHT PRODUKTE ERFOLGREICH?

EINE NEUE

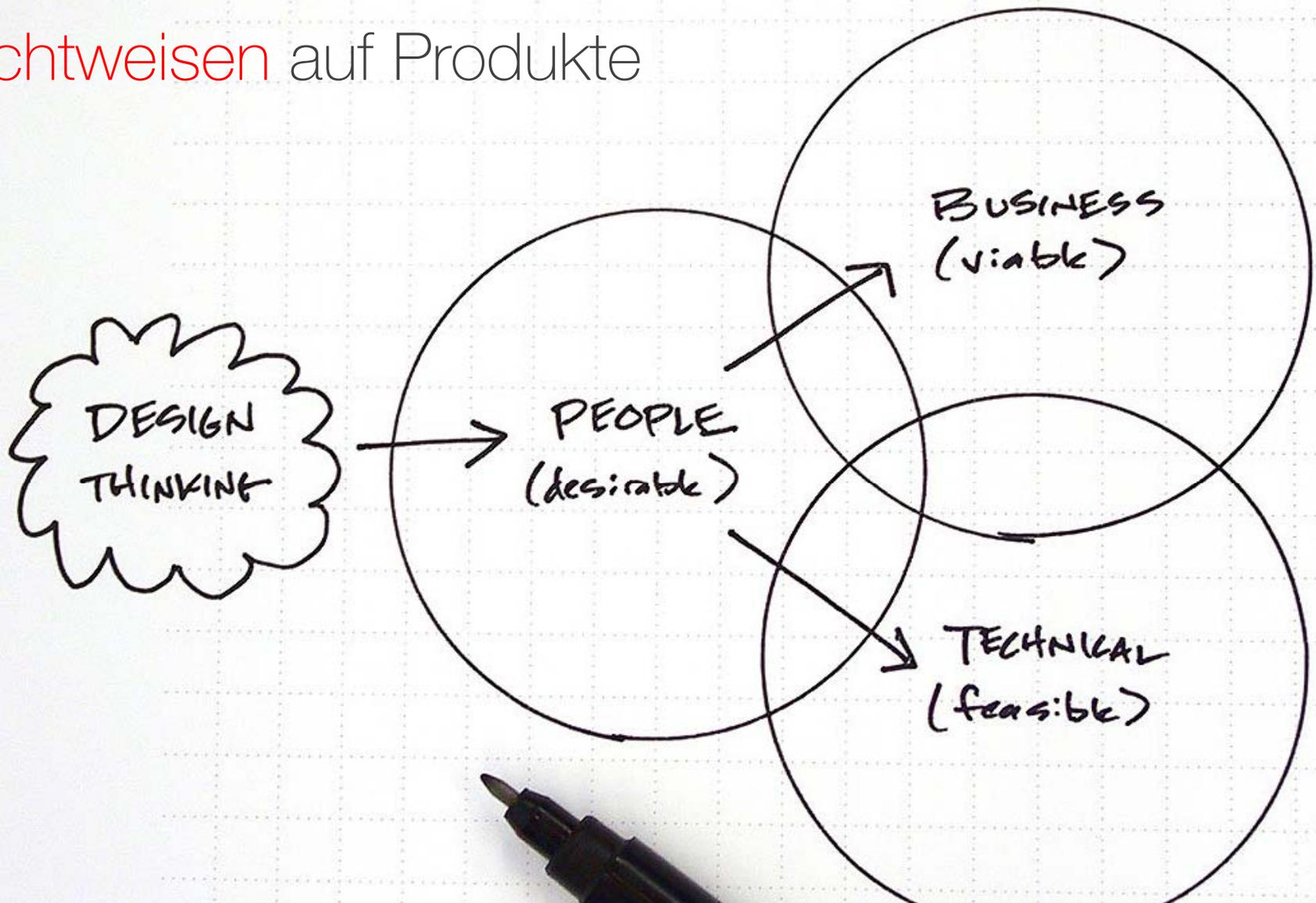
TECHNOLOGIE?

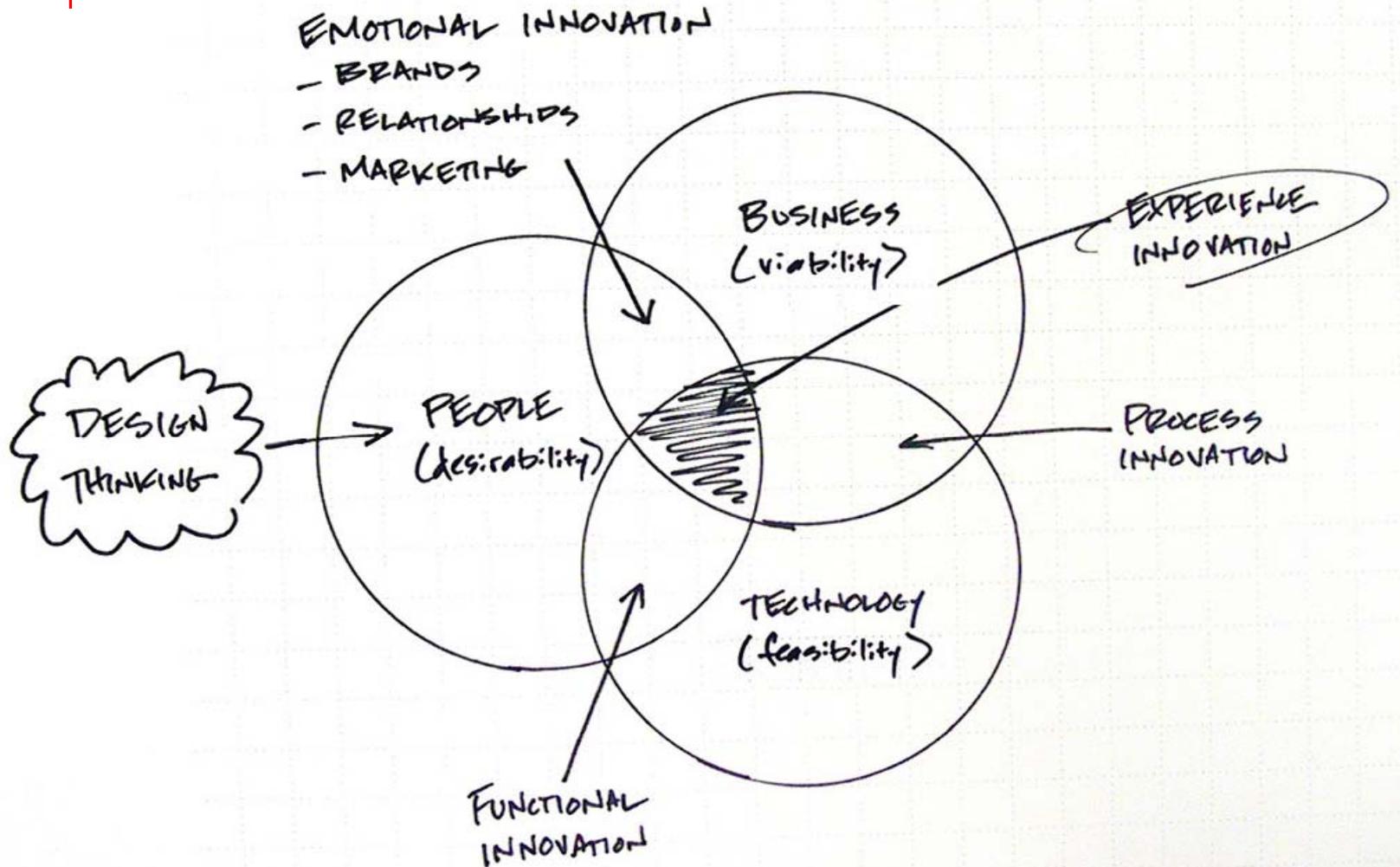
EIN NEUES

GESCHÄFTSMODELL?

ODER DIE ERFÜLLUNG  
VON BEDÜRFNISSEN  
UND MOTIVATIONEN  
VON MENSCHEN?

# Sichtweisen auf Produkte





EINBLICKE UND  
EINSICHTEN SIND  
DER TREIBSTOFF  
VON INNOVATION

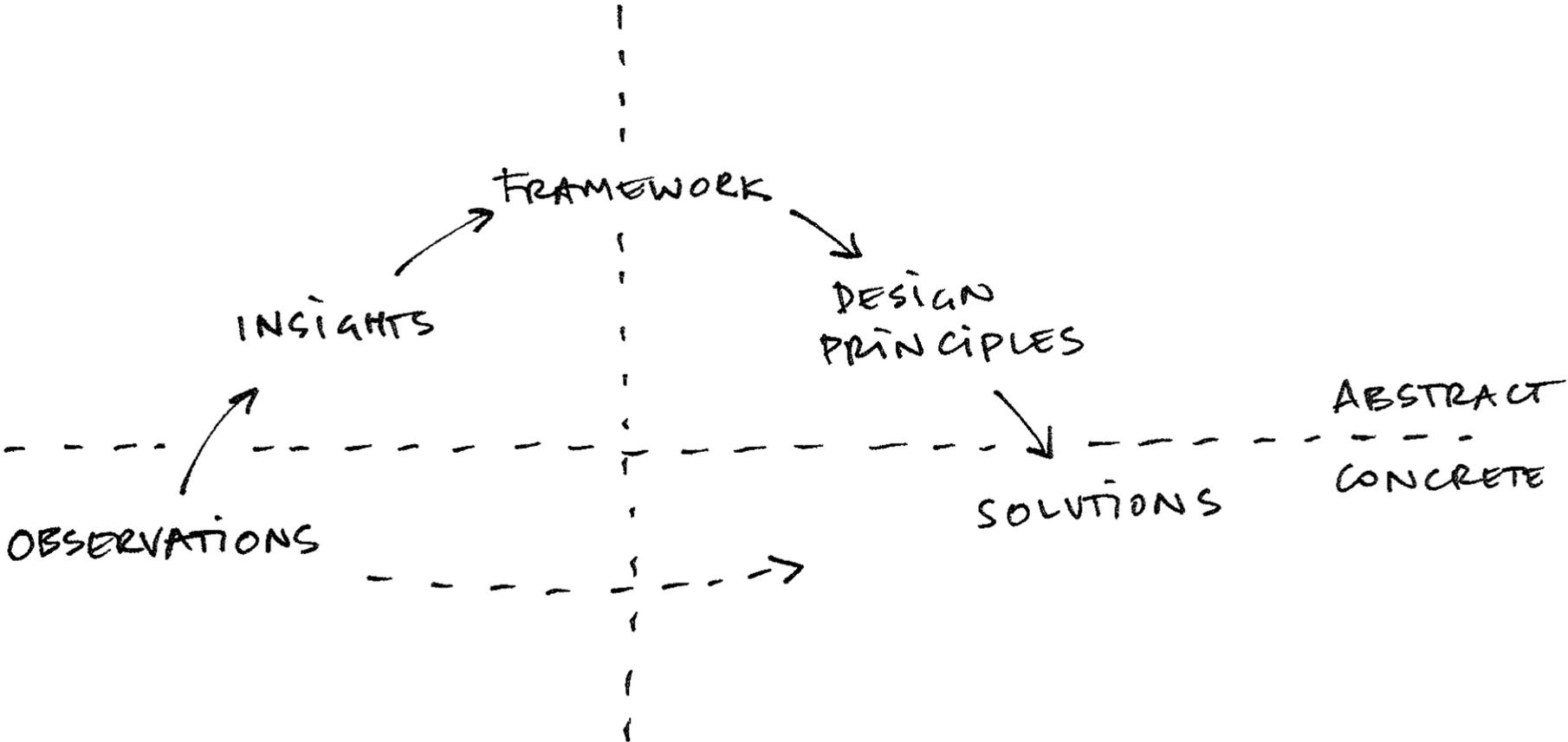
KOMMUNIKATION  
MACHT • STATUS  
ANERKENNUNG  
INFORMATION  
SICHERHEIT  
EHRE • SEX

uvm.

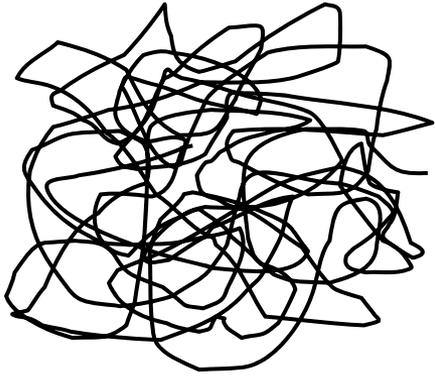
# HUMAN CENTERED DESIGN

...aber wie?

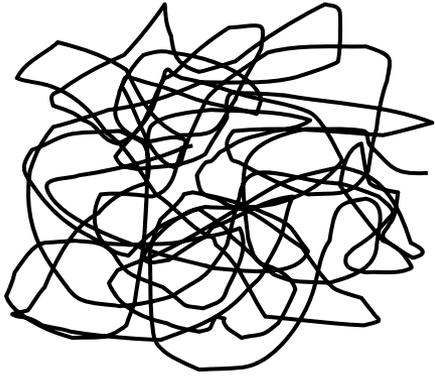
# Vorgehen – über **Abstraktion** zur systemischen Lösung



# Prozess - Übersicht

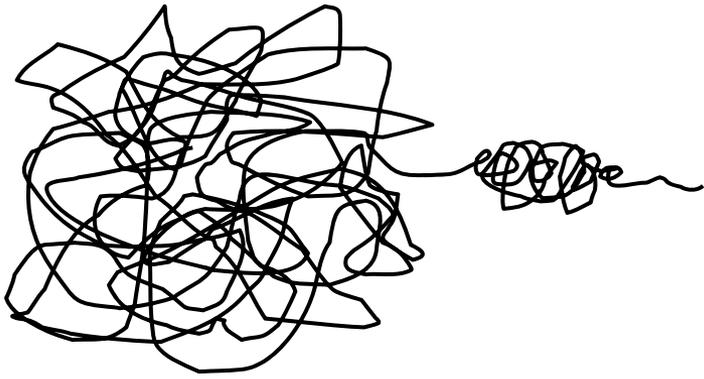


# Prozess - Übersicht



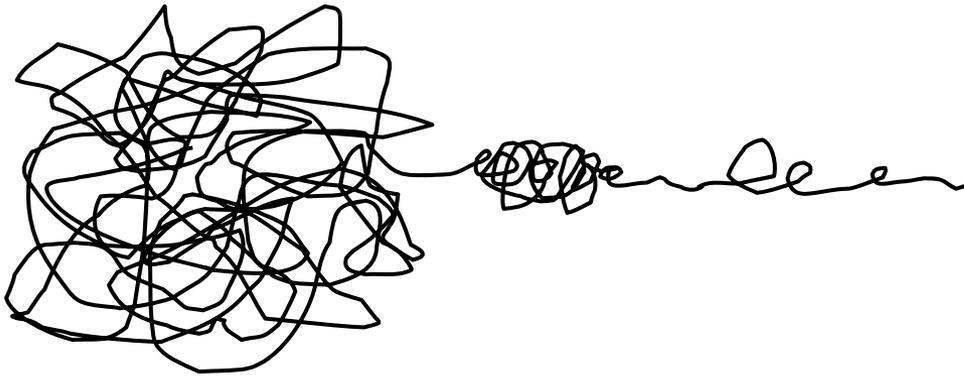
Observation

# Prozess - Übersicht



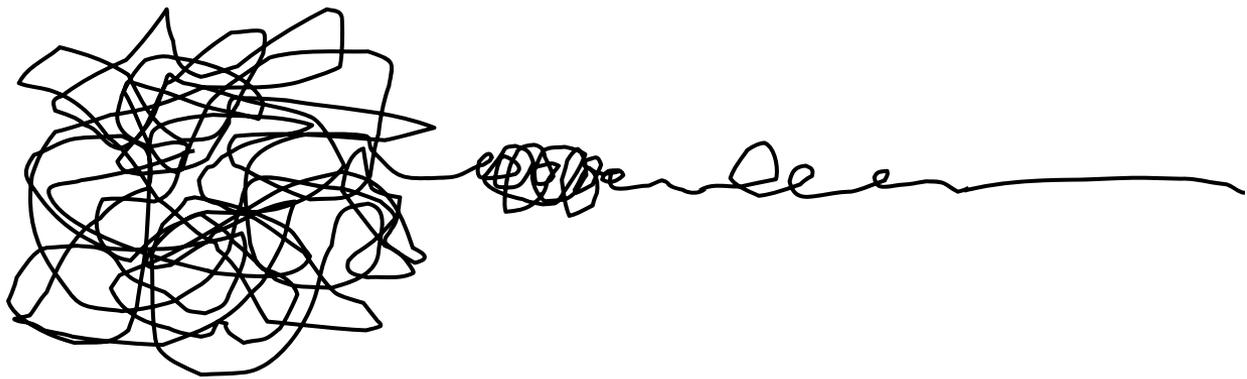
Einsichten

# Prozess - Übersicht



Prototyp

# Prozess - Übersicht



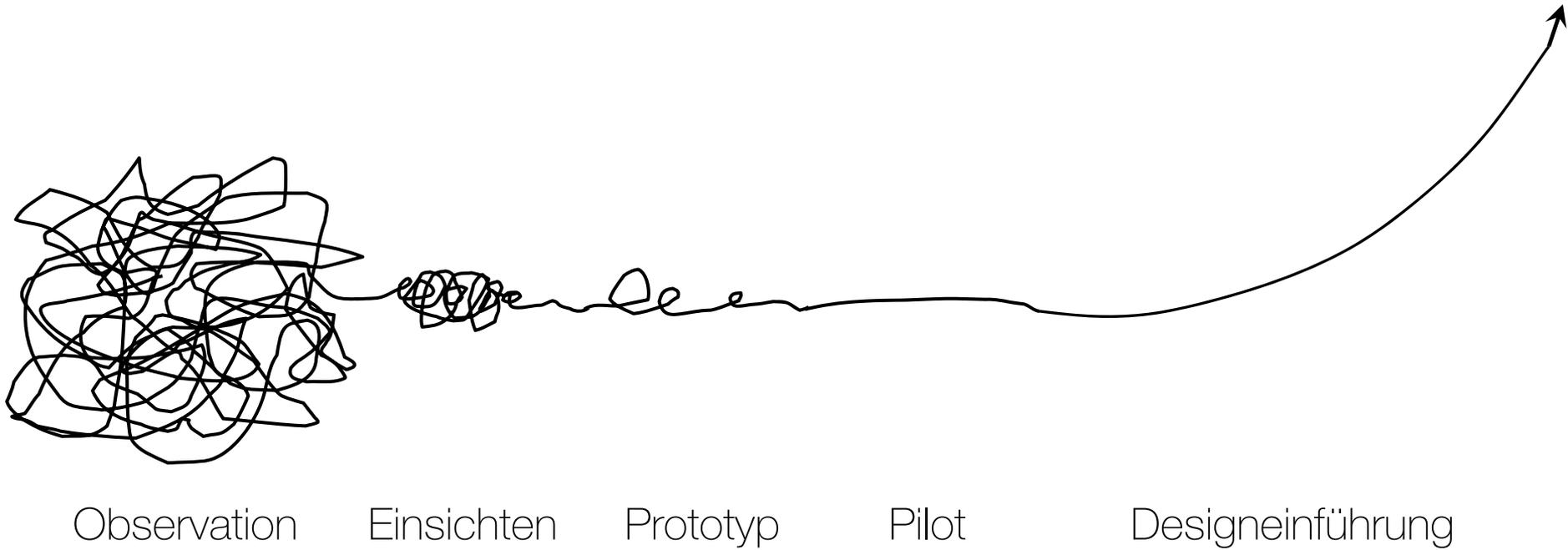
Pilot

# Prozess - Übersicht



Designeinführung

# Prozess - Übersicht



# Prozess – Inspiration durch Einsichten



# Observationen





Am Anfang  
steht  
Empathie

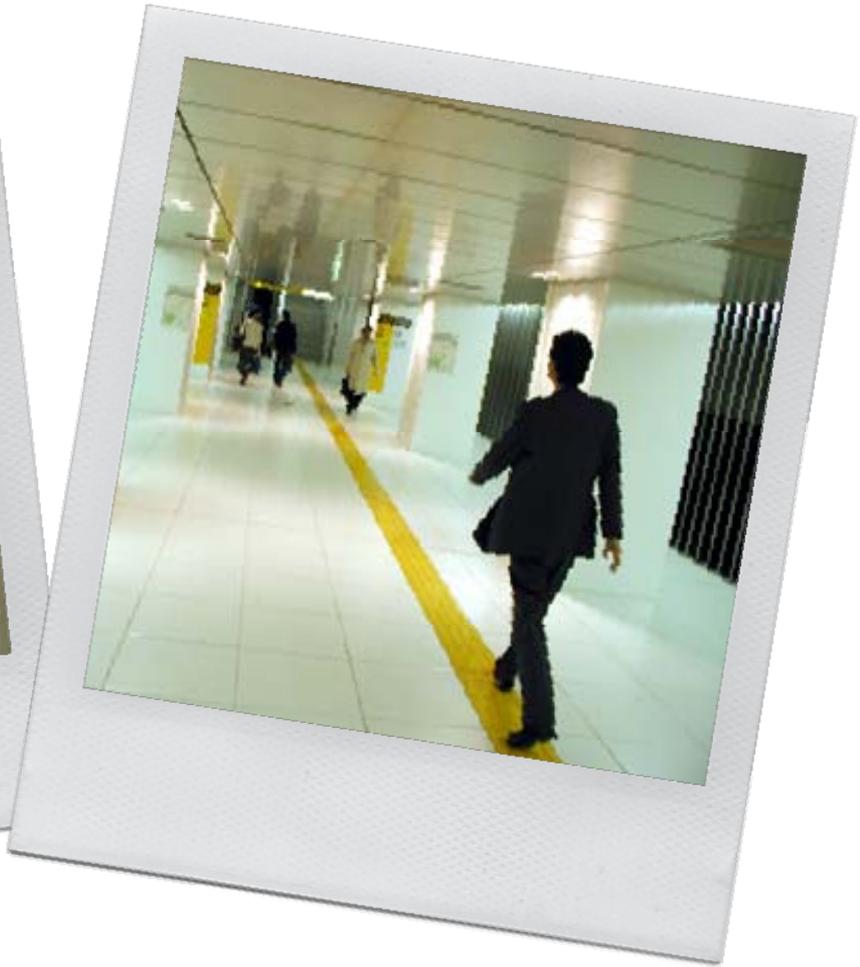
# Empathie

Denken  
Fühlen

Sagen  
Handeln

Latente,  
unbefriedigte  
Bedürfnisse  
entdecken

Das Offensichtliche  
sehen und hören



menschen...

...handeln  
nicht immer,  
wie erwartet



...sagen nicht  
immer, was sie  
wollen

...tun nicht  
immer, was sie  
sagen



...meinen oft  
nicht, was sie  
sagen

Körper-  
sprache



Körper-  
sprache



Fehler...



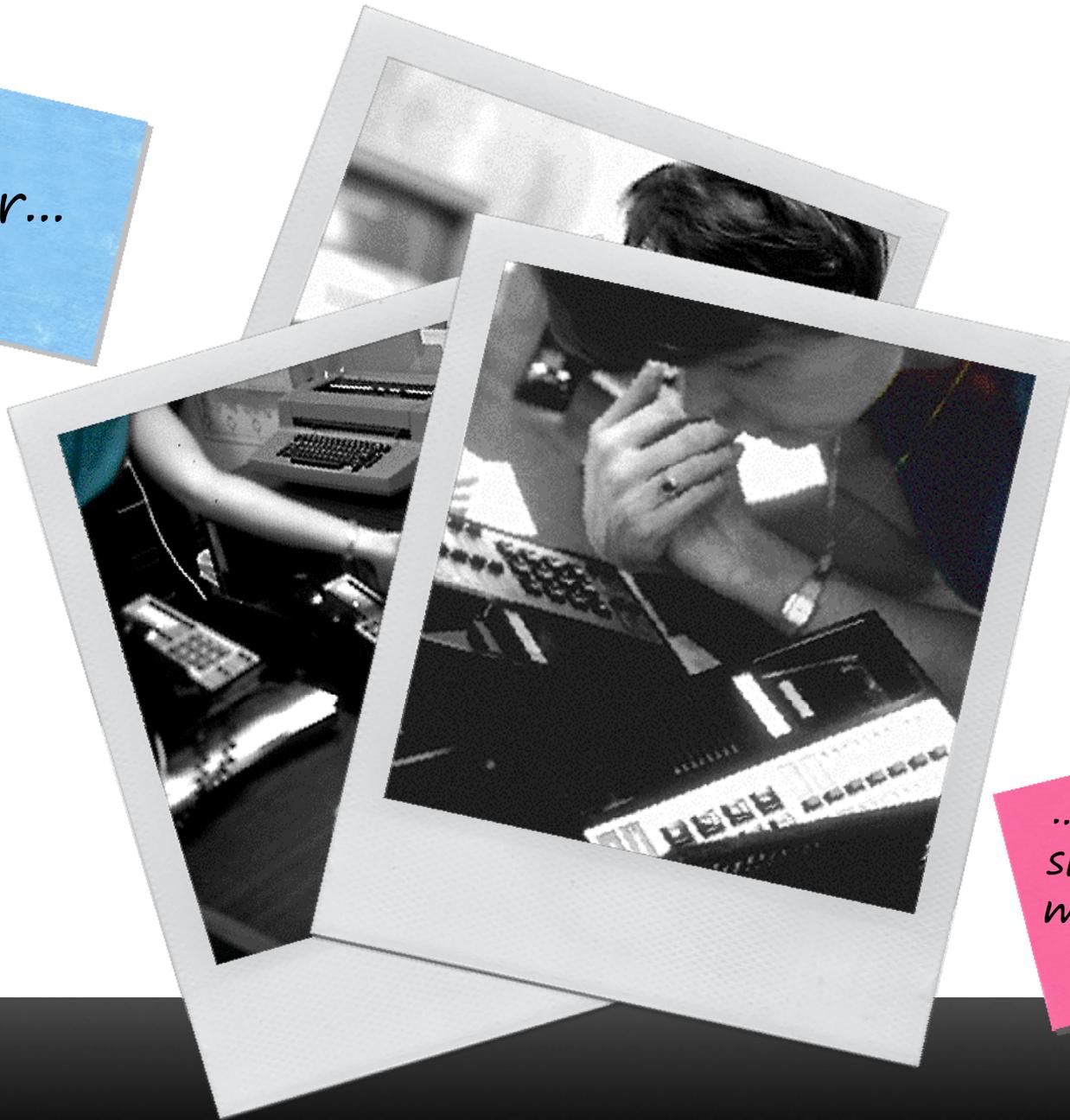
...und warum  
sie Sinn  
machen...

Fehler...



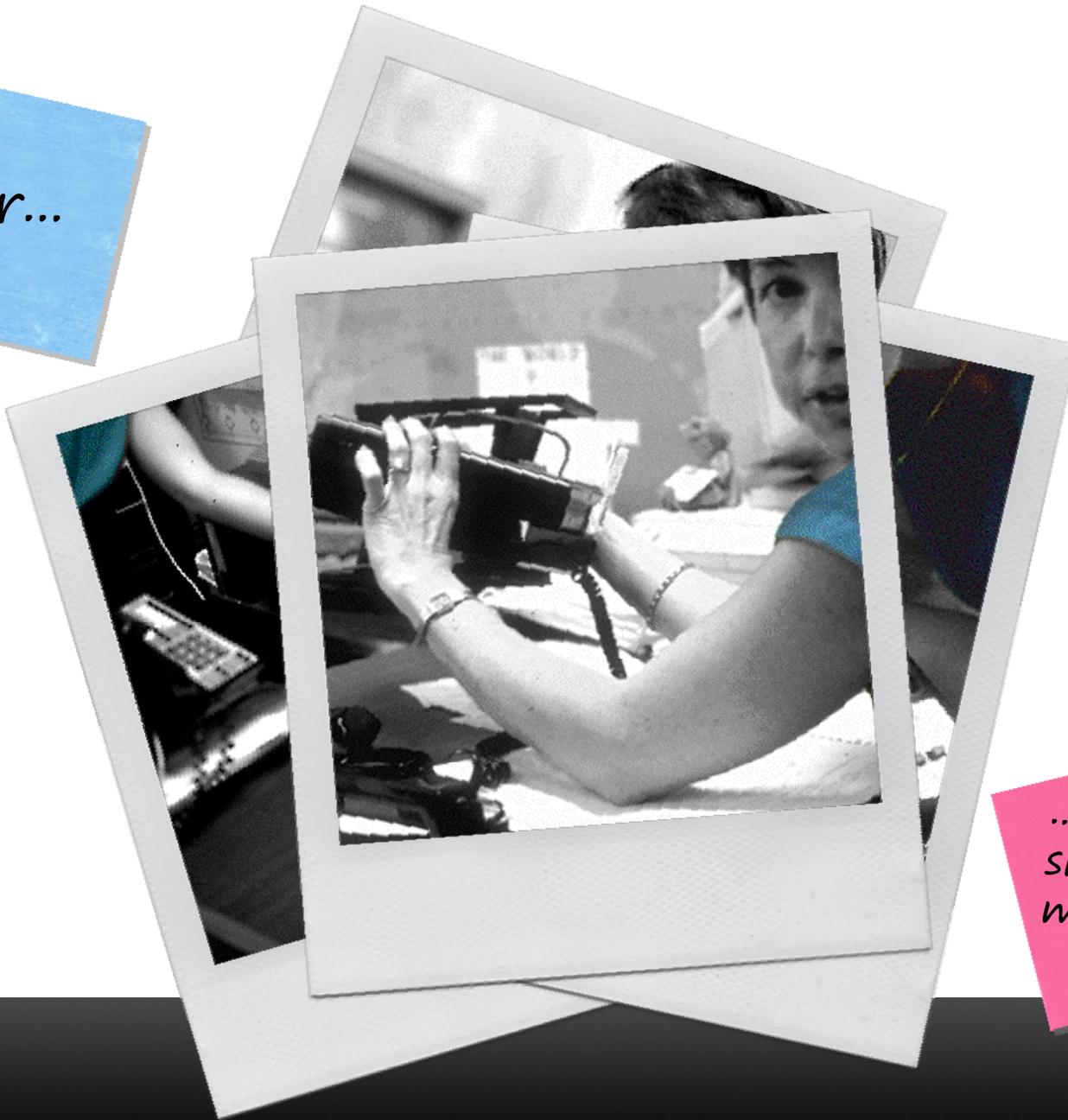
...und warum  
sie Sinn  
machen...

Fehler...



...und warum  
sie Sinn  
machen...

Fehler...



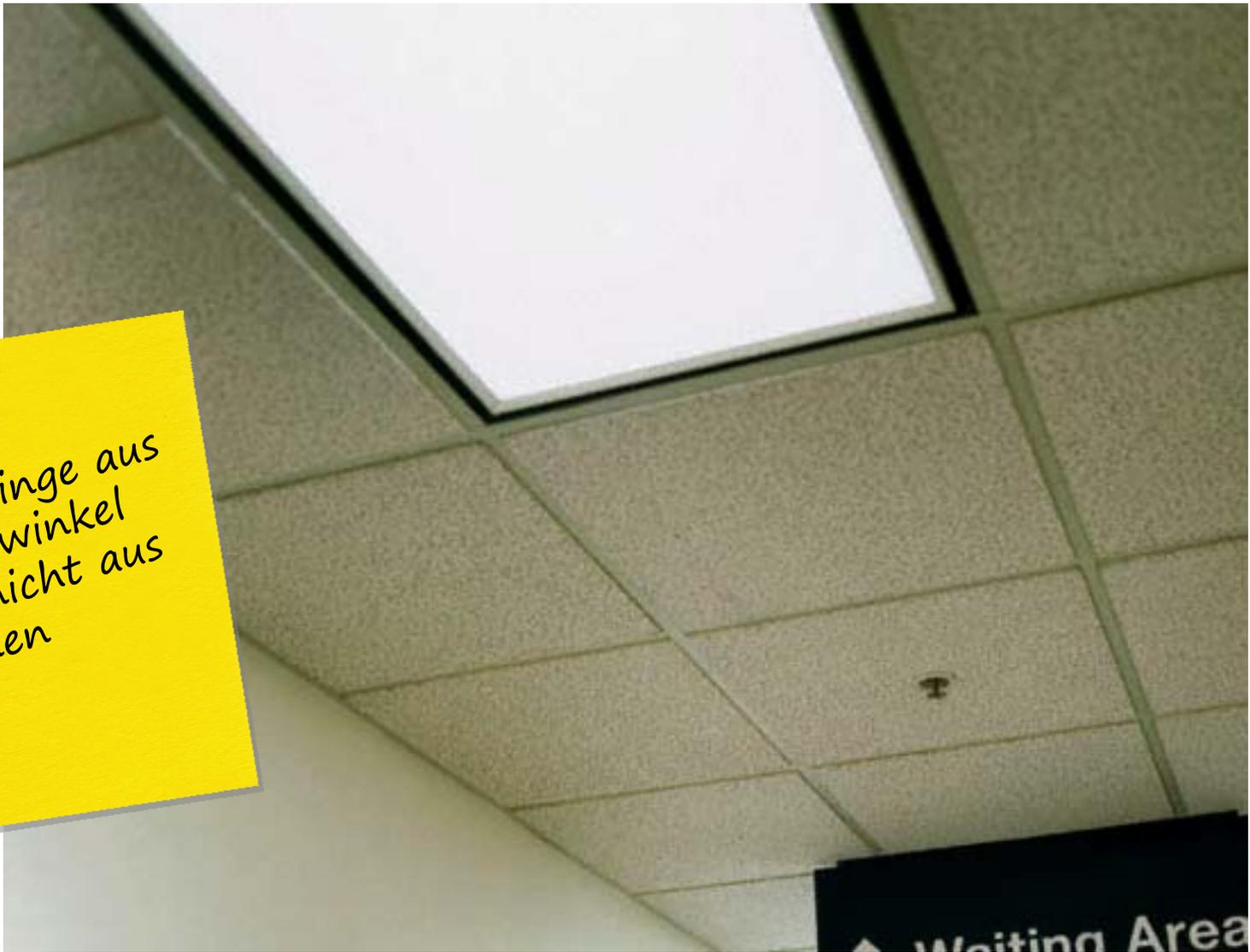
...und warum  
sie Sinn  
machen...



Manchmal sind die einfachsten Dinge die schwierigsten...

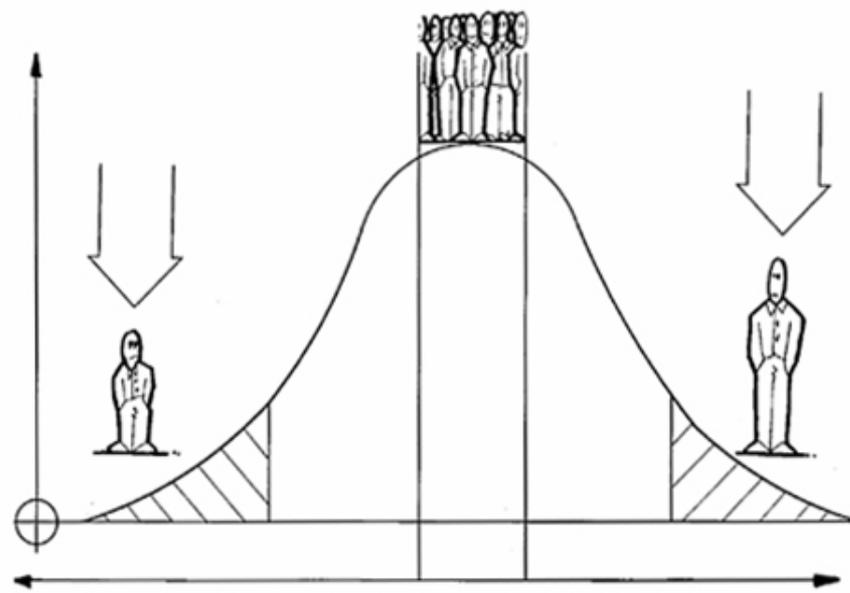


Es geht darum,  
Menschen  
zu beobachten...



... und die Dinge aus  
ihrem Blickwinkel  
zu sehen, nicht aus  
dem eigenen

extreme  
nutzer für  
die breite



unfocus  
groups

wenige  
nutzer  
für tiefe



# Prozess – Ideengenerierung

**‘Der beste Weg,  
eine gute Idee zu bekommen,  
ist viele Ideen zu haben’**

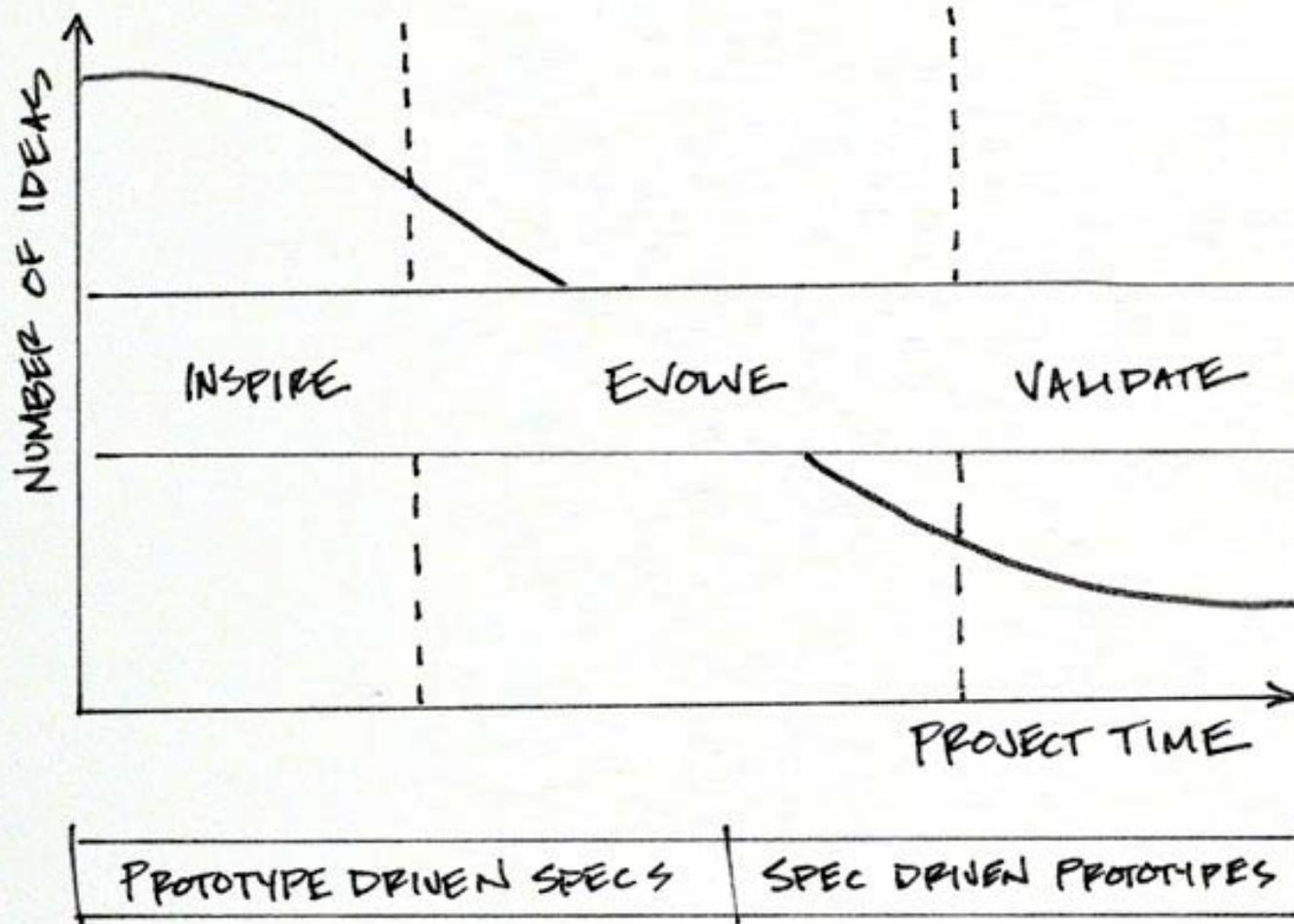
Prozess – Prototyping (Ideen erlebbar machen)

“The biggest barrier (to innovation) is needing to know the answer before you get started ...

...wanting to know whether you’ve got the right idea—or the assumption that you’ve got to have a business case—before beginning to explore something kills a lot of innovation.”

Tim Brown

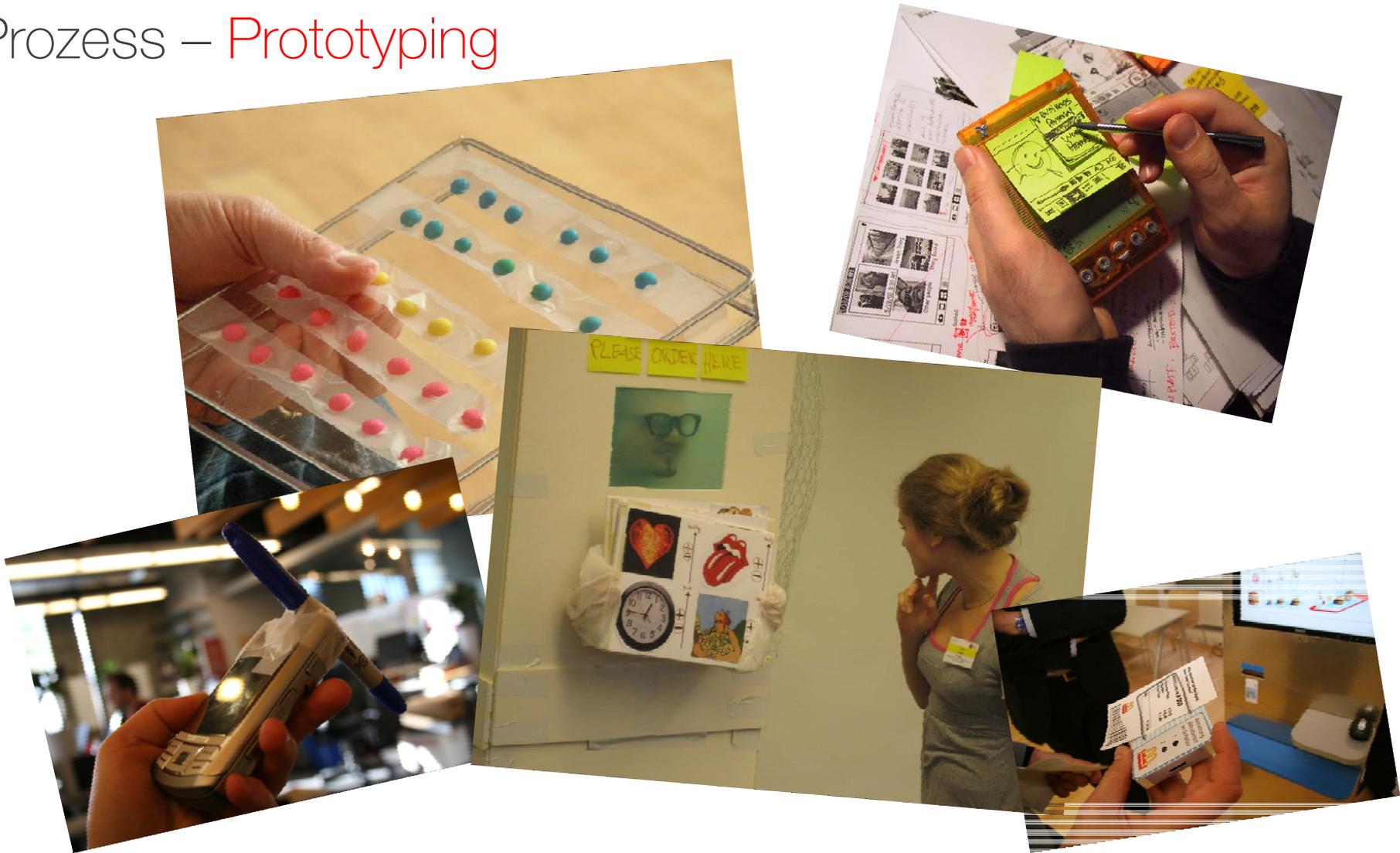
# Prozess – Prototyping (Ideen erlebbar machen)



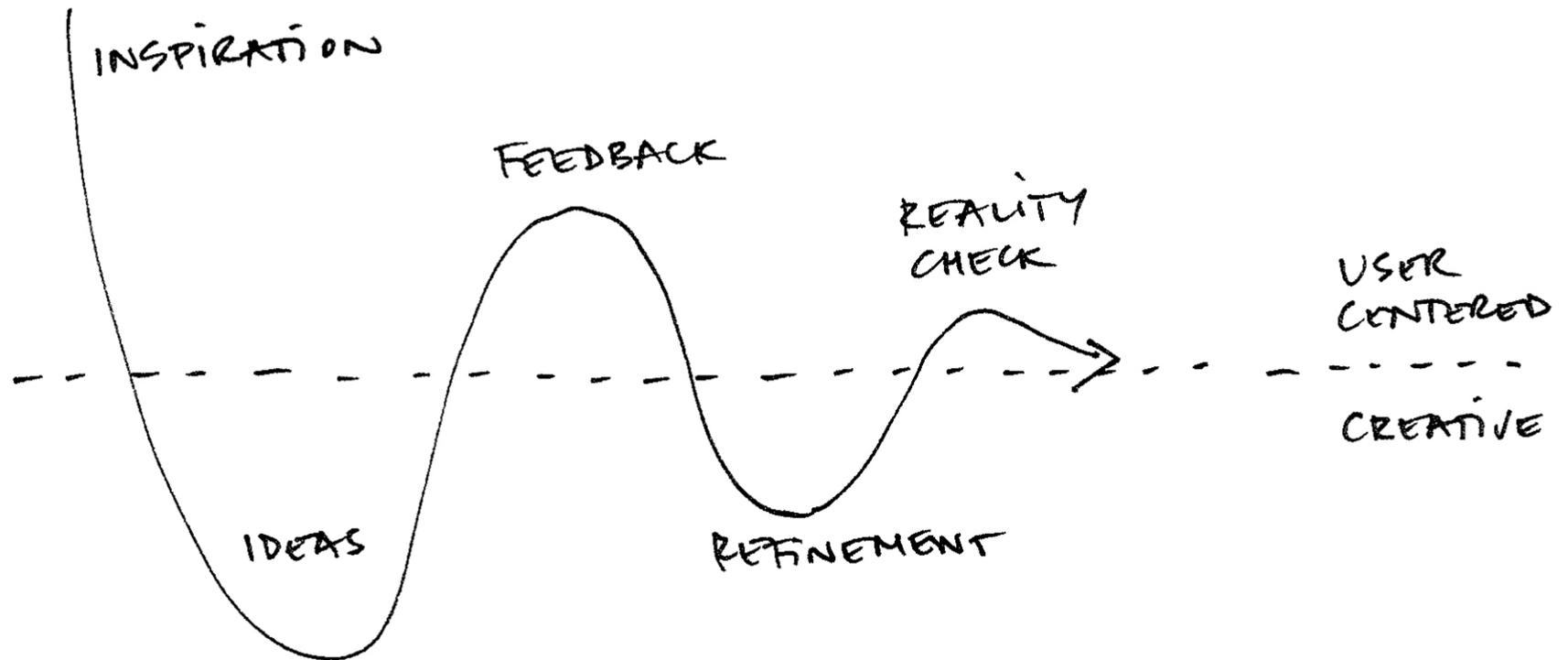
# Prozess – Prototyping (Ideen erlebbar machen)



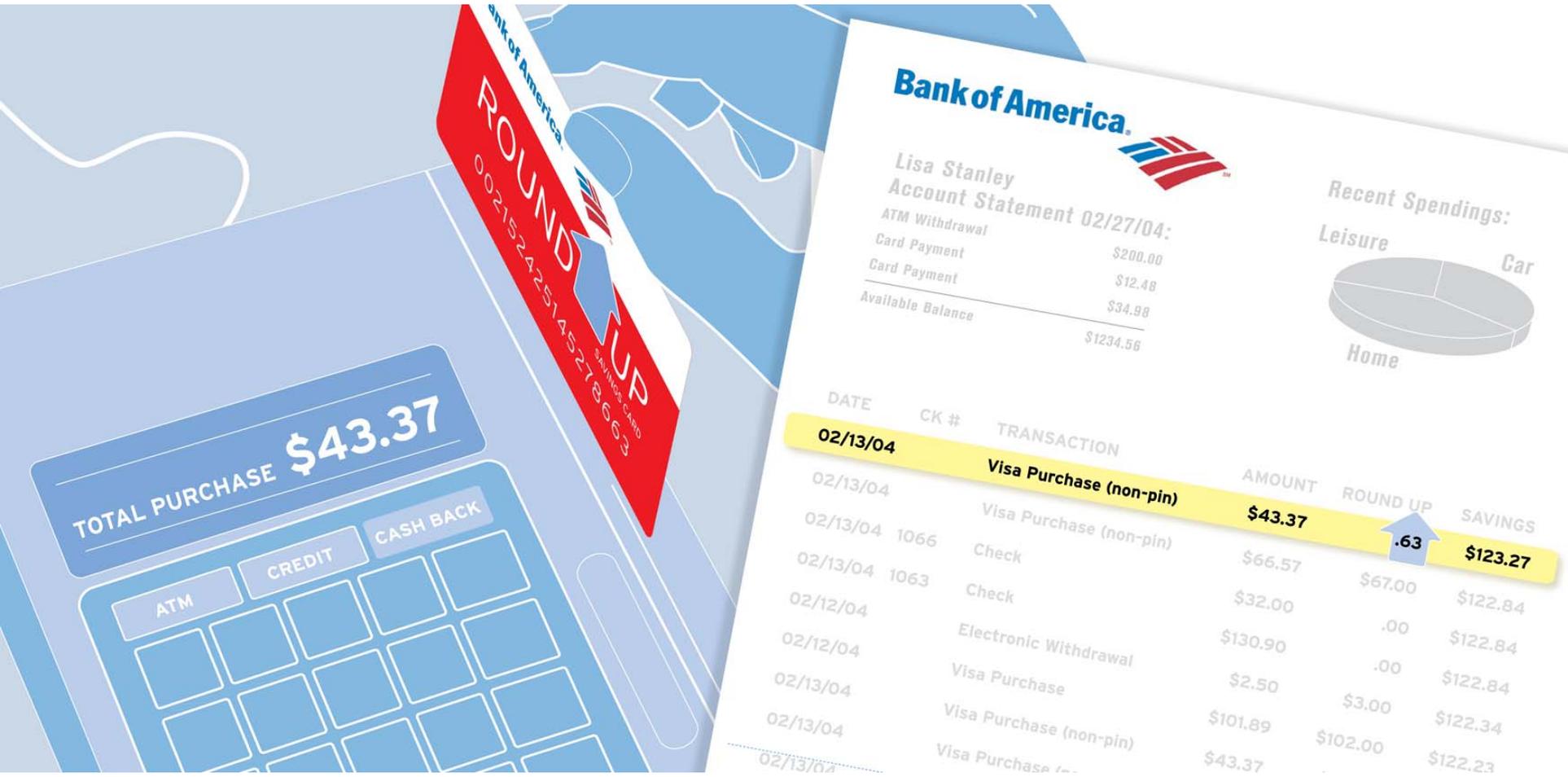
# Prozess – Prototyping



# Den Menschen immer einbinden



# Beispiel: Beobachtung, Insight, Idee, Prototyp, Innovation



# Beispiel: Beobachtung, Insight, Idee, Prototyp, Innovation

In einem Jahr  
700.000 neue Scheckkonten und  
1 Millionen neuer Sparkonten.

Seit Einführung (10/05)  
\$10 Milliarden Sparguthaben.



