

Stichwortverzeichnis

- A**
- A/B-Test 221
 - Abhängigkeiten, Minimieren von 50, 99
 - Adobe 28, 107
 - Agile-Methoden 242
 - falsch anwenden 33
 - versus Wasserfallprozess 30
 - Airbnb 21
 - Amazon 28, 107, 163, 215, 265, 270
 - American Idol 257
 - Analytics 223
 - als Inspirationsquelle 224
 - Arten der 224
 - des Kundenverhaltens 223
 - des Produktfortschritts 223
 - und Datenerfassung 225
 - und Produktentscheidungen 224
 - von Produktideen 224
 - Andreessen, Marc 152
 - Anwender-/Kundenvalidierung 152
 - Apple 21, 28, 66, 179, 215, 257
 - Application Programming Interface (API), öffentliches 188
 - Arnold, Kate 237
 - Audible 21
 - Autonomie
 - Kompromisse mit der 105
 - Probleme im Umgang mit 102
 - und Kompetenzniveau des Teams 103
 - und Innovationsquellen 104
 - und Unternehmenskultur 104
 - und Wachstum 104
- B**
- BBC 145
 - Betrachtung, holistische
 - der User Experience 84
 - des Produkts 83
 - geschäftlicher Zusammenhänge 83
 - technischer Zusammenhänge 84
 - Bezos, Jeff 127, 265
 - Blockbuster 237
 - Branchenkenntnis 56
 - Brooks, Fred 190
 - Business Case 29
 - falsche Anwendung eines 31
 - Business Viability Test 157
 - im Product Marketing 232
 - im Sales 232
 - im Bereich Financial 233
 - in der Rechtsabteilung 233
 - im Bereich Security 234
 - und Business Development 233
 - und Geschäftsführung 234
 - und Customer Success Strategy 232
 - versus Präsentationen 251
- C**
- Chanceneinschätzung
 - und Business Objective 161
 - und Customer Problem 161
 - und Key Results 161
 - und Target Market 162
 - vier Fragen der 161
 - Chief Technology Officer (CTO)
 - Verantwortungsbereiche 93
 - versus CIO 93
 - Concierge-Test 185
 - für ein Customer Enablement Product 185
 - Contenttechnologie, IP-basierte 145
 - Craigslist 206
 - Cue, Eddy 257
 - Customer Discovery 172
 - bei Unternehmen 173
 - beiderseitige Vorteile der 174
 - für Customer Enablement Tools 177
 - für Plattformprodukte 176
 - für Verbraucherprodukte 177
 - Realitätscheck bei der 176
 - und Beziehung zum Kunden 175
 - und Product/Market-Fit 178
 - vier Hauptvarianten 172
 - Target Market der 173
 - Customer Interview 183
 - Tipps fürs 183
 - Customer Letter 163-164
 - Ursprung 163
- D**
- Data Analysts 76
 - Datenkenntnis 55
 - Delivery Manager 97
 - Discovery Coach 241
 - Definition 243
 - versus Lean-Start-up-Coach 243
 - Discovery Sprint 241
 - Discovery-Techniken
 - anpassen 214
 - Arten von 155
 - Mitarbeiter und Kunden schützen durch 216
 - Umsatz und Marke schützen durch 215
 - Discovery Testing 156, 202
 - Feasibility Testing 227
 - Business Viability Testing 231
 - Usability Testing 205
 - Value Testing 211
 - Doerr, John 45, 132
 - Domain Expert 57
- E**
- eBay 16, 131, 187
 - Einschränkungen, stakeholderbedingte 231
 - Engineers
 - als Innovationsquelle 33
 - Beziehung zum 69
 - Kommunikation mit dem 70
 - verschiedene Arten 70
 - Entwicklerfehlverhalten 188
 - Ethik 153
 - Etsy 21
 - Evangelism
 - Bedeutung 143
 - mit Customer Letters 163
 - Tipps für die 143

- F** Facebook 21, 28, 66, 107, 187, 215, 265
 Fake-Door-Nachfragetest 213
 Feasibility-Prototyp 190, 195
 Feasibility Testing 156
 – grundlegende Fragen 227
 – richtig umsetzen 227
 Fisher, Mike 187
 Framing-Techniken 155
 – Opportunity Assessment 159, 161
 – falscher Denkansatz 159
 – Customer Letter 159, 163
 – Risikoeinschätzung durch 158
 – Start-up-Canvas 159
 – Start-up-Canvas-Technik 165
 – Ziele 158
 Fokusgruppe 218
 Führungskräfte
 – Aufgaben 83
 – halten und fördern 85
 – im Product Design 84
 – im Product Management 83
 – im Engineering 84
 – Feature-Parität 211
- G** Gates, Bill 179
 Geiger, Chuck 93
 Geschäftskenntnis 56
 Geschwindigkeitsverlust, Hauptgründe für 267
 Go-to-Market (GTM) 126
 Google 28, 66, 79, 107, 132, 215, 265
 Google AdWords 79
 Google Ventures 241
 Group Product Manager (GPM) 90
 Grove, Andy 132
- H** Hack Days
 – ungesteuerte versus gesteuerte 189
 – Vorteile gesteuerter 189
 Hailo 258
 Harik, Georges 79
 Hastings, Reed 237
 Hearst, Camille 257
 Hewlett-Packard 15, 132
 Hickman, Lea 107
 High Integrity Commitment 118
 – sinnvoll treffen 120
 – typische Probleme 119
 Horowitz, Ben 261
 Hybrid-Prototyp 191
 – Wizard-of-Oz-Prototyp 201
- I** Ideation-Techniken 155, 181
 – Concierge-Test 185
 – Hack Day 189
 – Kundenfehlverhalten nutzen als 187
 – Customer Interview 183
 Industrial Design 65
 Innovation, fortwährende 265
 Innovation, Hauptquellen von 265
 Innovationskultur
 – Herausforderungen in der 270
 – Merkmale einer starken 269
 Innovationsverlust 265
 – beim Wachsen 252
 – vorbeugen 253
- Instagram 21
 Intel 132
 Interaction Design 65
 Invite-only Testing 222
 – und Customer Discovery Program 222
 Iteration 154
- K** Kawasaki, Guy 143
 Key Performance Indicators (KPI) 225
 Knapp, Jake 242
 Kontext, geschäftlicher 117
 Kordestani, Omid 79
 Kowitz, Braden 242
 Kundenerlebnis 63
 Kundenfehlverhalten 187
 – als Innovationsquelle 187
 Kundenkenntnis 55
- L** Landingpage-Nachfragetest 214
 Lauchengco, Martina 179
 Lean-Methoden 33
 – falsch anwenden 35
 Lernen
 – qualitatives 75
 – quantitatives 76
 LinkedIn 21
 Live-Data-Prototyp 191, 199
 – Einschränkungen 199
 Lockhart, Walter 164
 Loudcloud 180
 Lynch, Kevin 108
- M** Management by Objectives (MBO) 132
 Manning, Jane 79
 Markteinführung
 – gescheiterte 15
 Marktkenntnis 56
 Microsoft 179
 Minimum Viable Product (MVP) 40, 148
 – Zweck des 41
- N** Netflix 21, 28, 107, 215, 237, 265
 Netscape 180
 Netscape Communications 16
 Nutzerprototyp 190
 – Einschränkung 198
 – High-Fidelity 197
 – Low-Fidelity 197
- O** Objectives and Key Results (OKR)
 – Bündeln der 138
 – Gefahren bei der Zielsetzung 137
 – Grundprinzipien 132
 – Grundregeln der Anwendung 135
 – Management von 141
 – übliche Bewertungsskala 135
 – und Wachstum 141
 Oracle 253
- P** Packard, Dave 132
 Page, Larry 79, 132
 Patton, George 132
 Patton, Jeff 169
 Pilotteam 245
 Planning-Techniken 155, 168
 – Customer Discovery Program 171

- Story Maps 169
 - Plattformteam 101, 141
 - Pressland, Alex 145
 - Prinzipien, Bedeutung von 51
 - Priorisieren
 - von Ideen 29
 - Priorisierung
 - von Märkten 125
 - Product Owner
 - Definition 60
 - Product/Market-Fit 23
 - Definition 39, 178
 - Produkt
 - Definition 149
 - Product Delivery
 - ständige 38
 - Zweck der 39
 - Produktbetrachtung, holistische
 - drei Elemente 83
 - Product Design
 - Probleme durch fehlendes 65
 - und Funktionalität 66
 - Product Designer
 - Regeln der Zusammenarbeit mit dem 67
 - Verantwortlichkeiten 63
 - Produkte
 - Definition 37
 - Discovery und Delivery 38
 - technologiegetriebene 21
 - versus Projekte 33
 - zwei Wahrheiten über 32, 115
 - Product Discovery
 - für Hardware 228
 - Herausforderungen der 148
 - Kernprinzipien der 151
 - Rolle des Designers 63
 - ständige 38
 - und Ethik 153
 - und gemeinsames Lernen 153
 - und Feasibility 152
 - und Business Viability 153
 - und Risiken 151
 - und Zeitdruck 152
 - vier Fragen der 38, 202
 - Ziel 149
 - Product Development
 - typischer Ablauf der 29
 - zehn Probleme der 31
 - Produktkenntnisse kommunizieren 255
 - Produktkultur 90
 - zwei Dimensionen der 269
 - Product Manager
 - akademische Qualifikationen für 61
 - als Product Owner 60
 - berufliche Laufbahnen 90
 - drei Arbeitsweisen für 53
 - häufige Fehler 251
 - Rolle 19, 54, 59
 - und Stakeholder 56, 250
 - vier Verantwortlichkeiten 55
 - Voraussetzungen für erfolgreiche 57
 - Vorbereitung auf die Tätigkeit als 58
 - Product Marketing 73
 - neue versus alte Definition 74
 - Product Marketing Manager
 - Rolle 73
 - Produktprinzipien 131
 - Product Strategy 100
 - Definition 124
 - Finden der richtigen 124
 - fünf Prinzipien der 129
 - Ziel der 125
 - Product Roadmap
 - Alternative zum 117
 - Definition 112
 - Entwöhnung vom 247
 - ergebnisorientierter 119
 - typische Probleme 115, 160
 - Zweck 117
 - Produktteam
 - Definition 45
 - drei Erfolgsprinzipien 35
 - Festangestellte versus Auftragnehmer 48
 - flache Hierarchien im 46
 - gemeinsamer Standort 47
 - Grundsätze für jedes 45
 - ideale Größe 46, 100
 - Ideation im 181
 - langfristig zusammenhalten 49
 - Söldner versus Missionare 45
 - starkes versus schwaches 261
 - und Autonomie 50, 100
 - Zusammensetzung 45
 - Zuständigkeit definieren 48
 - Product Vision 40, 88, 100
 - erreichen 125
 - Motivation durch die 123
 - versus Mission Statement 123
 - zehn Prinzipien der 127
 - Produktvorhaben, Scheitern von 29
 - Prototypen
 - Arten von 190
 - im Product Design 64
 - Verwendung von 39
 - Verwendungsprinzipien von 193
 - Wirklichkeitstreue von 193
 - Zweck von 193
 - Prototyping-Techniken 190, 234
 - Hybrid-Prototyp 201
 - Live-Data-Prototyp 199
 - Feasibility-Prototyp 195
 - Nutzerprototyp 197
 - User Test 234
 - Product Demo 234
 - Walkthrough 235
 - Prototyp-Techniken 155
- R**
- Referenzkunden 171
 - Anwerben von 174
 - Ries, Eric 40
 - Roadmap
 - Hauptgründe für einen 247
 - stakeholderorientierter 112
 - Robinson, Frank 40

- S** Salesforce.com 21
 Sean-Ellis-Test 178
 Shared Services 101
 Silicon Valley Product Group (SVPG) 109, 180
 Sinek, Simon 127
 Softwarearchitektur
 – und Teamstrukturierung 100
 Sonos 21
 Sprint (Knapp, Zeratsky und Kowitz) 242
 Stakeholder
 – Definition 249
 – richtig umgehen mit 250
 – Verantwortung gegenüber 250
 Start-up
 – Definition 23
 Start-up-Canvas 165
 – Risikoeinschätzung mit der 166
 – und Problemlösung 167
 Story Map
 – Einsatzbereiche 169
 – Umsetzung 169
 – und Prototypen 170
- T** Teambildung, langfristige 49
 Teamentwicklung 87
 Teammodell 45
 – Gründe für den Erfolg 50
 – versus projektorientiertes Modell 50
 Teamstruktur
 – Prinzipien der 99
 – Überprüfen und Anpassen der 102
 Technologieakzeptanzkurve 245
 Tesla 21
 Testautomatisierung 76
 The Lean Startup 40
 The Power of Customer Misbehavior (Mike Fisher) 187
 Time-to-Market (TTM) 126
 Time-to-Money 32, 115
 Total Addressable Market (TAM) 126
 Transformationstechniken 157, 239
 – Discovery Sprint 241
 – Pilotteam 245
 – Product Roadmaps abschaffen 247
 Twitter 21
- U** Uber 21
 Umsetzungskultur
 – Herausforderungen in der 270
 – Merkmale einer starken 269
 Unternehmen, reifes
 – Definition 27
 – Herausforderungen für 27
 Unternehmensstadien, die drei 23
 Usability Test 156, 205
 – aus der Ferne 207
 – Durchführung 207
 – Hauptszenarien im 208
 – Objektivität beim 207
 – Testpersonen finden 205
 – Testumgebung 207
 – Verhalten spiegeln beim 209
 – Vorbereitung 206
 – Ziel 209
 User Experience (UX) 63, 151
 User Researcher 75
 User Story Mapping (Jeff Patton) 170
 User Testing 64
- V** Value Test 156
 – Nachfragetest 211, 213
 – qualitativer 212, 217
 – quantitativer 212, 221
 Value Test, qualitativer
 – Durchführung 217
 – und Geld 218
 – und Ruf 219
 – und schnelles Lernen 219
 – und Usability Test 217
 – und Zeit 219
 – und Zugangsdaten 219
 Visiontype 123
 Visual Design 65
 VP Product 87
 – Kernkompetenzen 87
 – versus CEO 88
- W** Wachstumsunternehmen
 – Definition 25
 Workday 21
 Workiva 21
- Y** YouTube 80, 258
- Z** Zeratsky, John 242
 Zwei-Pizza-Regel 46

