EXPLORE



Trends & Technologie

Informationen über Megatrends, soziokulturelle Trends, Konsum- und Zeigeist Trends, die Einfluss auf Projekt haben können. Zudem Kenntnisse über Technologien und Entwicklungen.



Potentielle Partner & Wettbewerber

Informationen über relevante Partner und Mitbewerber in dem Markt, den wir innovieren möchten.



Facts & Figures

Alles, was sich nicht den anderen Feldern zuordnen lässt, je doch mit Recherchethema zu tun hat.



Potentialfelder

Wiederkehrende Themenschwerpunkte, die unsere Nutzer beschäftigen. Diese sind Hinweise auf konkrete Bedürfnisse, oftmals Vorstufe von Ideen für CREATE-Phase.



Merkmale unserer künftigen Nutzer.



Needs

Was unter "Needs" als Bedürfnisse notiert wird, müssen wir mit unserer Innovation (auf) lösen. Die Kombination von Nutzer und Bedürfnis ist Fixpunkt für die Entwicklung von digitalen Produkten und Services.



(Insights

Enthält alle Informationen, die sowohl die physische als auch e motionale Le benswelt des Nutzers betreffen. Hier notieren wir a uch passende Analogien, die uns eine neue Perspektive für uns er Recherchethema ermöglichen. Und auch Analogien, die uns ere Empathie für das Recherchethema vertiefen.

Allgemeine Insights: Kontextbezogen

Fuktionale Insights: Handlungen der Nutzer / wie zum Ziel?

Emotionale Insights: Erfahrungen/Gefühle Nutzer

Soziale Insights: Sozialverhalten

Analogien: Lösungen, die in anderen Berichen validiert wurden



Alle Berührungspunkte, die der Nutzer mit dem Produkt oder Service hat.

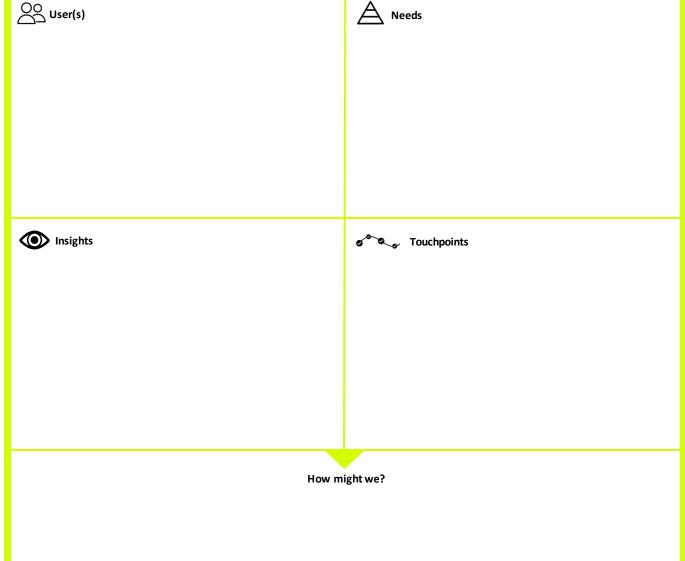
How might we?

Aus den Informationen über User, Needs, Insights und Touchpoints entwickeln wir die How-might-we-Frage, die den Nutzer und sein ungelöstes Problem zusammenfasst.

HMW-Frage bündelt Erkenntnisse des EXPLORE-Moduls-> Problemhypothese -> Startpunkt für CREATE-Modul

EXPLORE

Trends & Technologie	Potentielle Partner & Wettbewerber
Facts & Figures	Potentialfelder
OS User(s)	A Needs



EXPLORE

Trends & Technologie	Potentielle Partner & Wettbewerber
Facts & Figures	Potentialfelder
User(s)	A Needs
Insights	Touchpoints
How might we?	