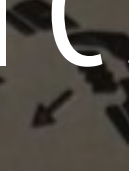


PEOPLE
R
POLITICS
C
PROJECTS
S
PLACES

Stephan Engl
twitter: @stengl

PEOPLE
R
POLITICS
C
PROJECTS
S
PLACES

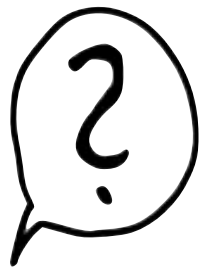


增音

接通

重拨

继续呼叫



Questions



Data



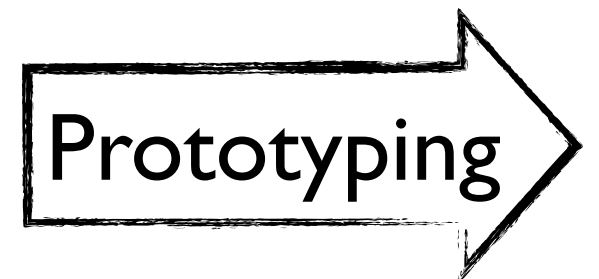
Knowledge

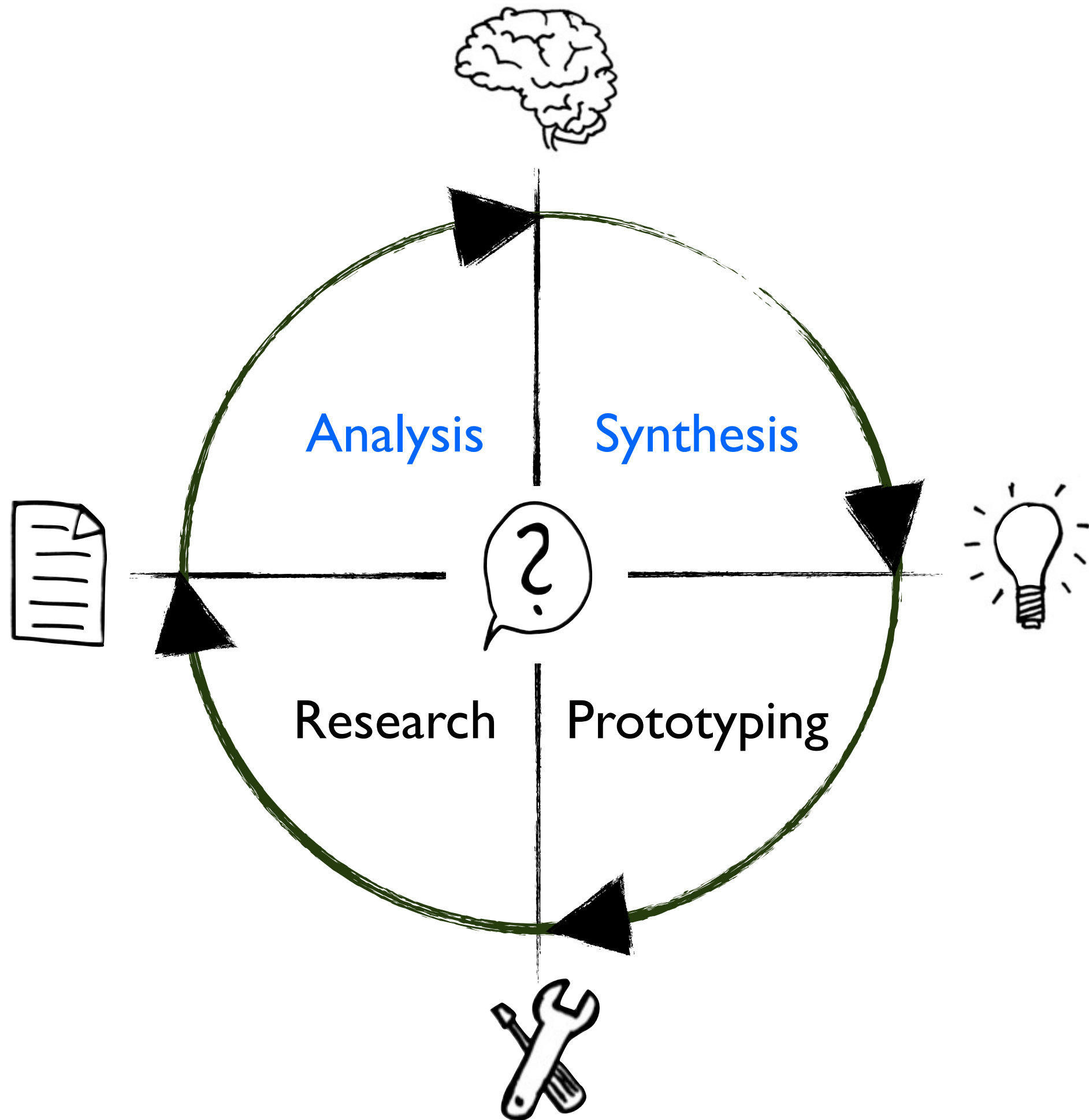


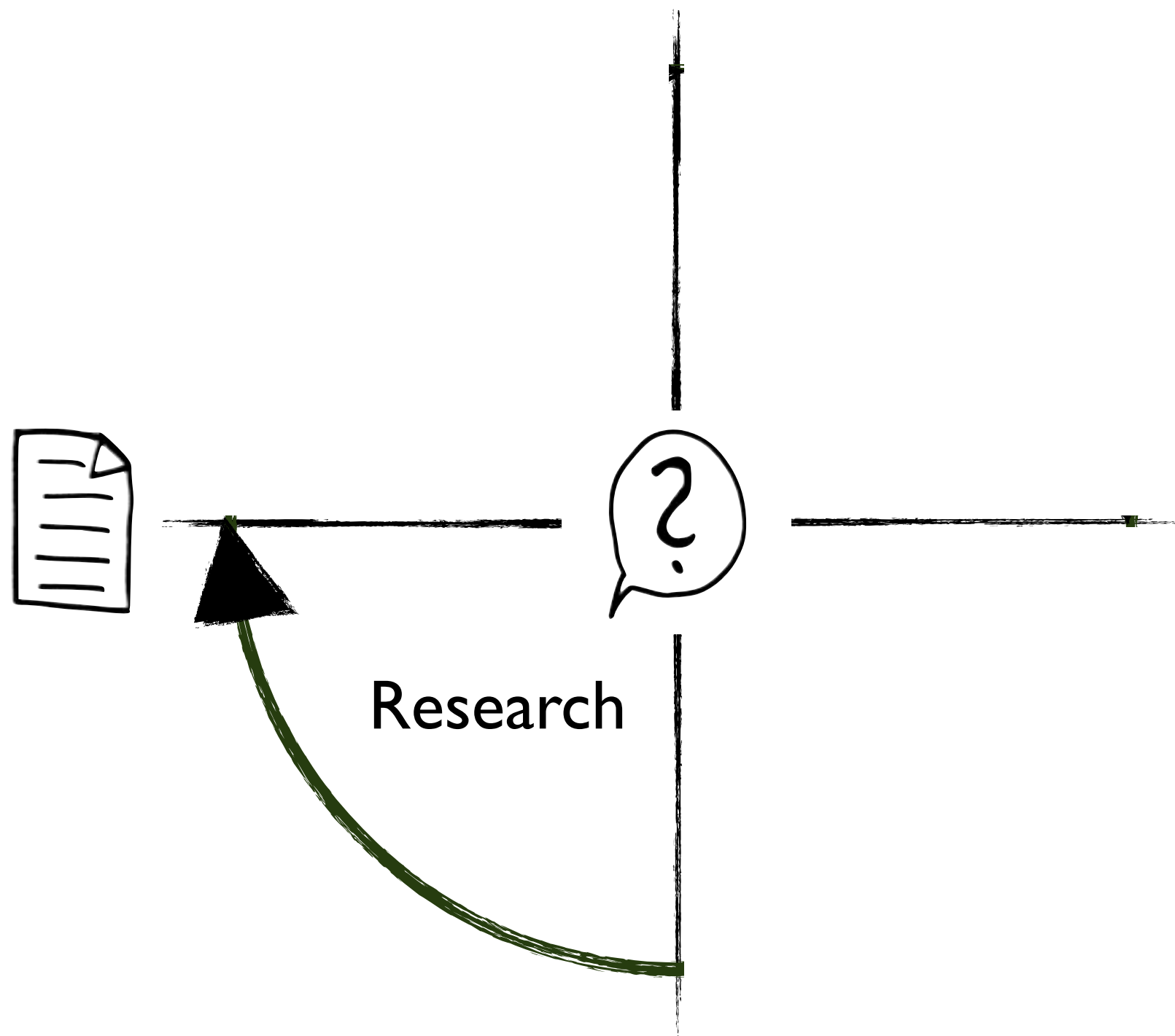
Ideas



Solutions







Look Beyond the Research Question



schneller chatten,
lernen, C

Swisscom TV



GOOGLE E-MAIL ACCOUNT:

ADRESSE: [REDACTED]@gmail.com

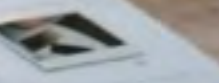
PW: [REDACTED]

Experiment with Data-Gathering Methods



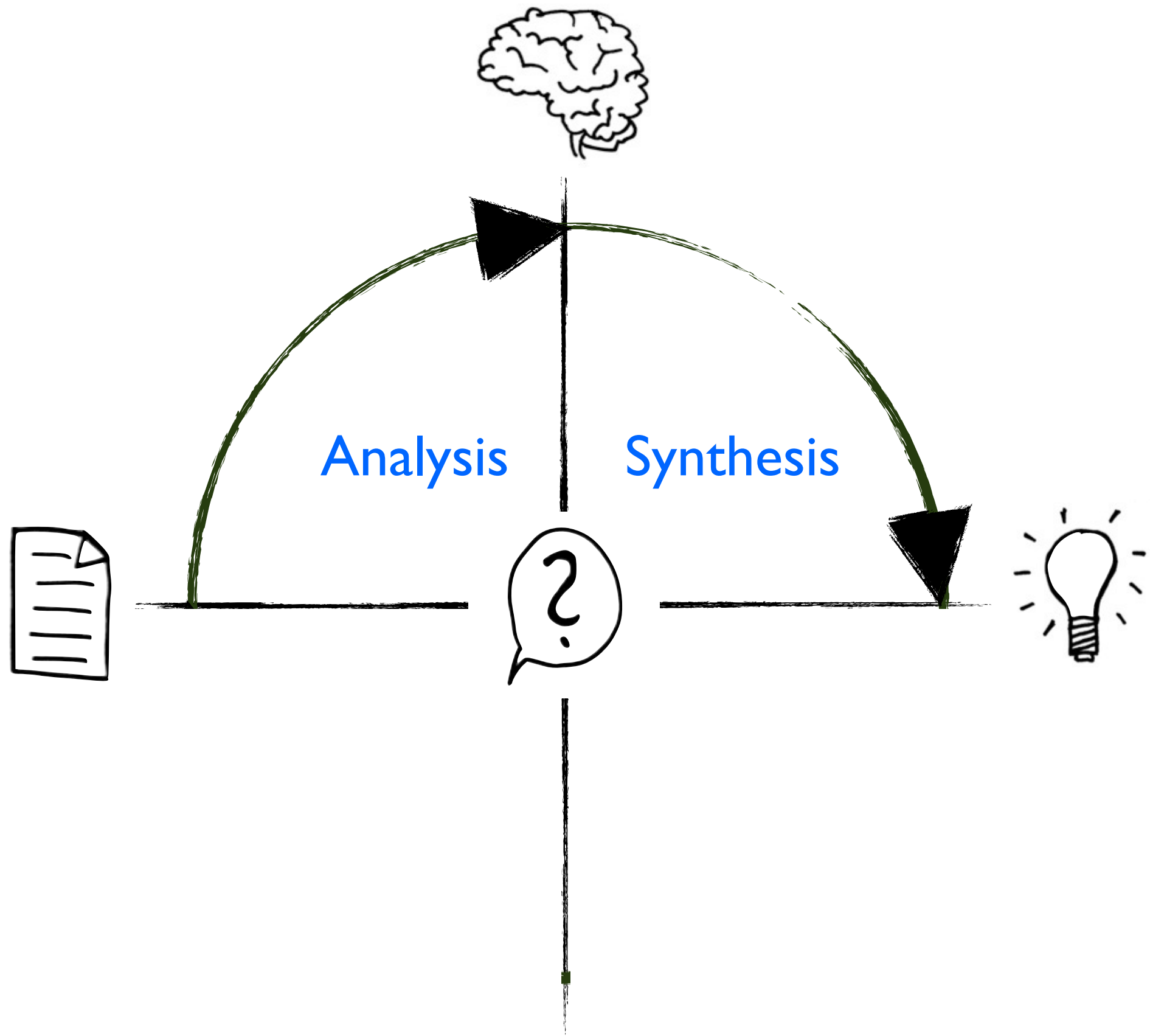






Shop Besuch

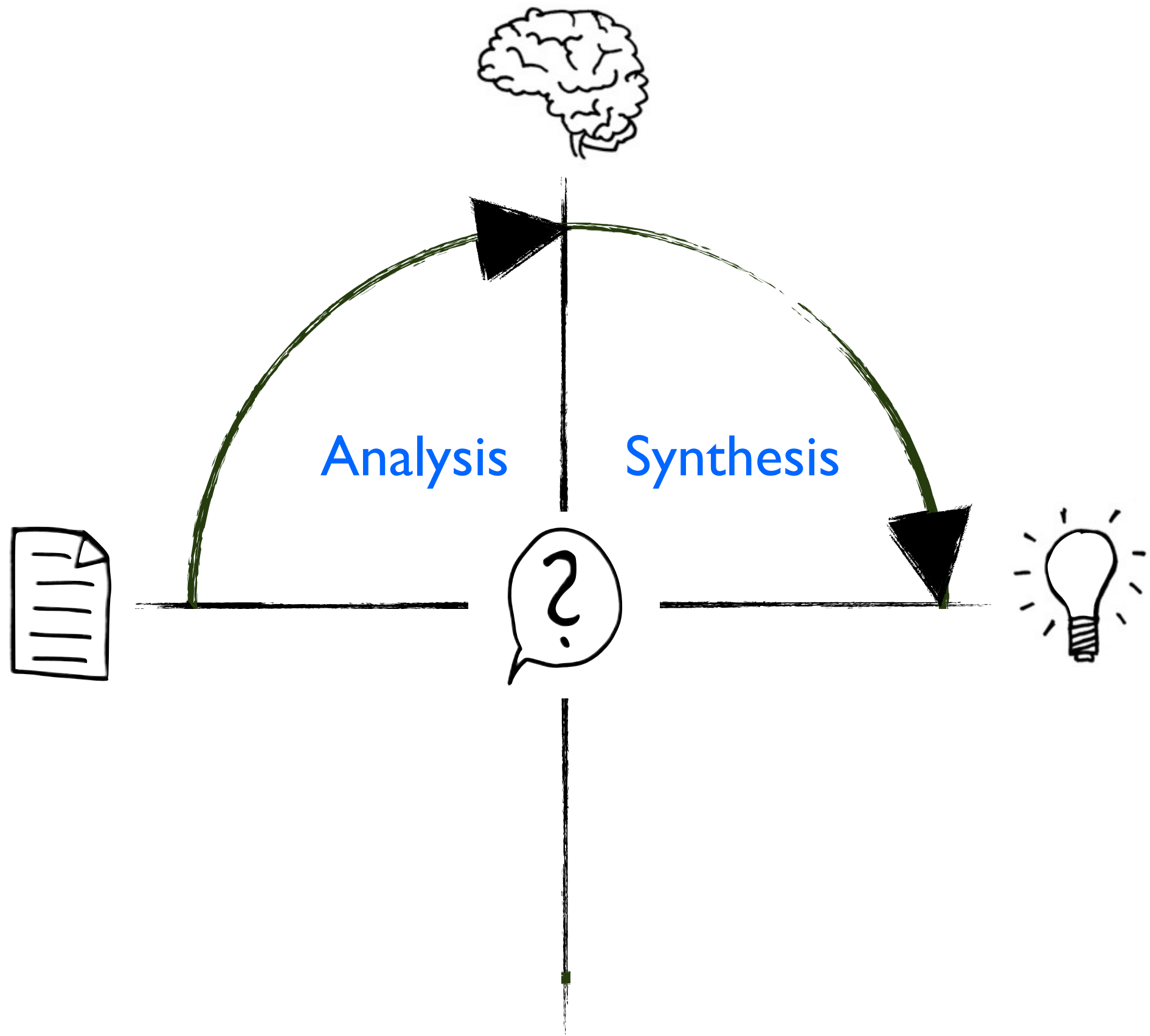




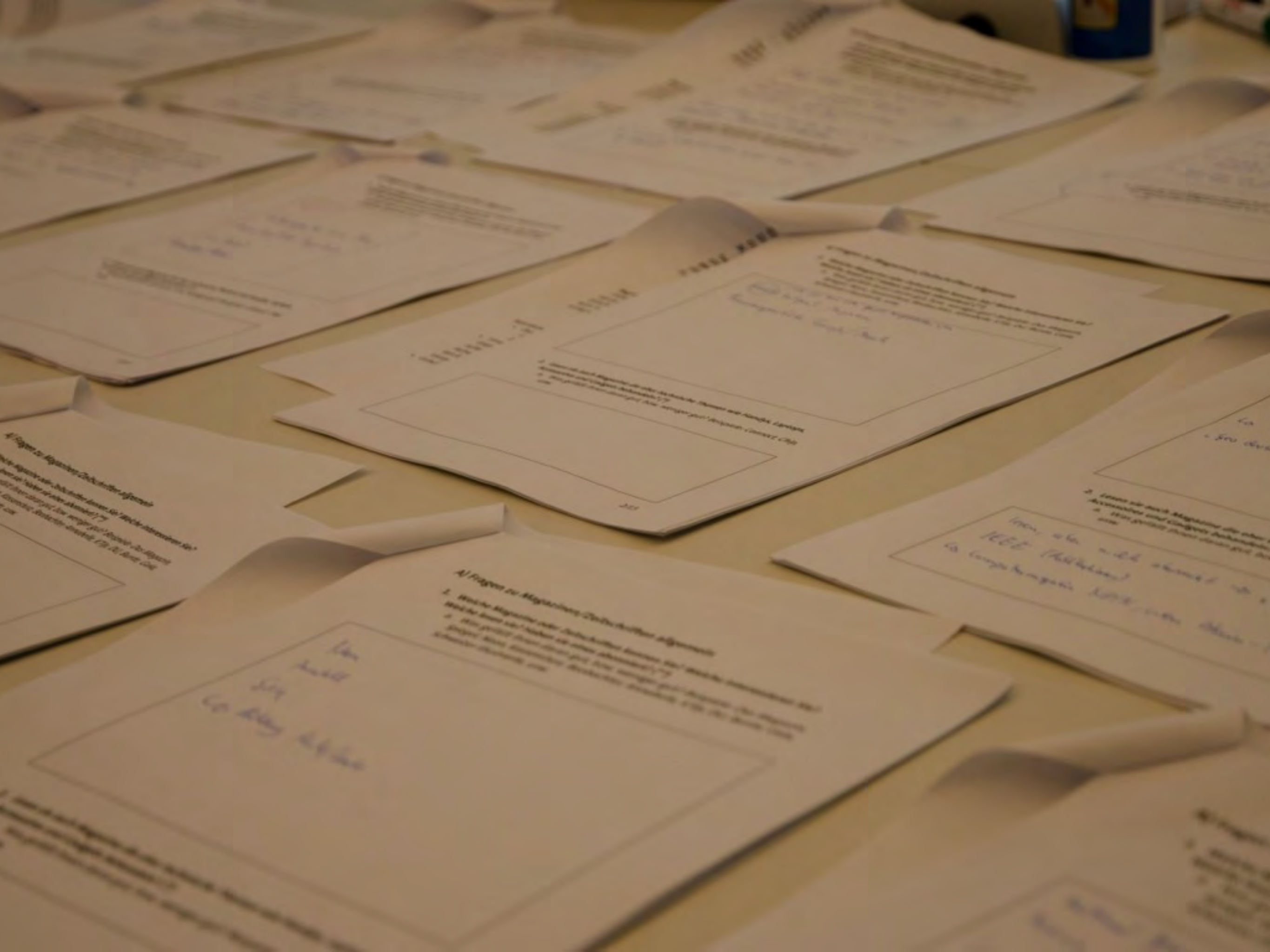


Brain Dump your Assumptions





Prepare your Data



zu Magazinen/Zeitschriften allgemein

Welche Magazine oder Zeitschriften kennen Sie? Welche interessieren Sie?
 Welche lesen Sie? Haben Sie einen Abonnement? (*)
 Was gefällt Ihnen daran gut, bzw. weniger gut? Beispiele: Das Magazin, Spiegel, Stern, Konsumtest, Beobachter, Anzeiger, KTip, DLZ, Bunte, Giga, Schweizer Monatshefte, usw.

→ sp. Kunst / Kunst / Art } Kunst-
 → Natur } Natur
 → Sport } Sport
 → Technik } Technik
 → Politik } Politik
 → Wirtschaft } Wirtschaft
 → Unterhaltung } Unterhaltung
 → Wissenschaft } Wissenschaft
 → Religion } Religion
 → Gesundheit } Gesundheit
 → Mode } Mode
 → Lifestyle } Lifestyle
 → Sonstiges } Sonstiges

Lesen Sie auch Magazine die eher technische Themen wie Handys, Laptops,
 Accessorien und Gadgets behandeln? (*)
 a. Was gefällt Ihnen daran gut, bzw. weniger gut? Beispiele: Connect, Chip,
 usw.

→ im neuen Lauf wieder, aber ich ist

A) Fragen zu Magazinen/Zeitschriften allgemein

1. Welche Magazine oder Zeitschriften kennen Sie? Welche interessieren Sie?
 Welche lesen Sie? Haben Sie einen Abonnement? (*)
 a. Was gefällt Ihnen daran gut, bzw. weniger gut? Beispiele: Das Magazin, Spiegel, Stern, Konsumtest, Beobachter, Anzeiger, KTip, DLZ, Bunte, Giga, Schweizer Monatshefte, usw.

→ Kunst, Kunst (Kunst)
 → Natur, Natur (Natur)
 → Sport, Sport (Sport)
 → Technik, Technik (Technik)
 → Politik, Politik (Politik)
 → Wirtschaft, Wirtschaft (Wirtschaft)
 → Unterhaltung, Unterhaltung (Unterhaltung)
 → Wissenschaft, Wissenschaft (Wissenschaft)
 → Religion, Religion (Religion)
 → Gesundheit, Gesundheit (Gesundheit)
 → Mode, Mode (Mode)
 → Lifestyle, Lifestyle (Lifestyle)
 → Sonstiges, Sonstiges (Sonstiges)

2. Lesen Sie auch Magazine die eher technische Themen wie Handys, Laptops,
 Accessorien und Gadgets behandeln? (*)
 a. Was gefällt Ihnen daran gut, bzw. weniger gut? Beispiele: Connect, Chip,
 usw.

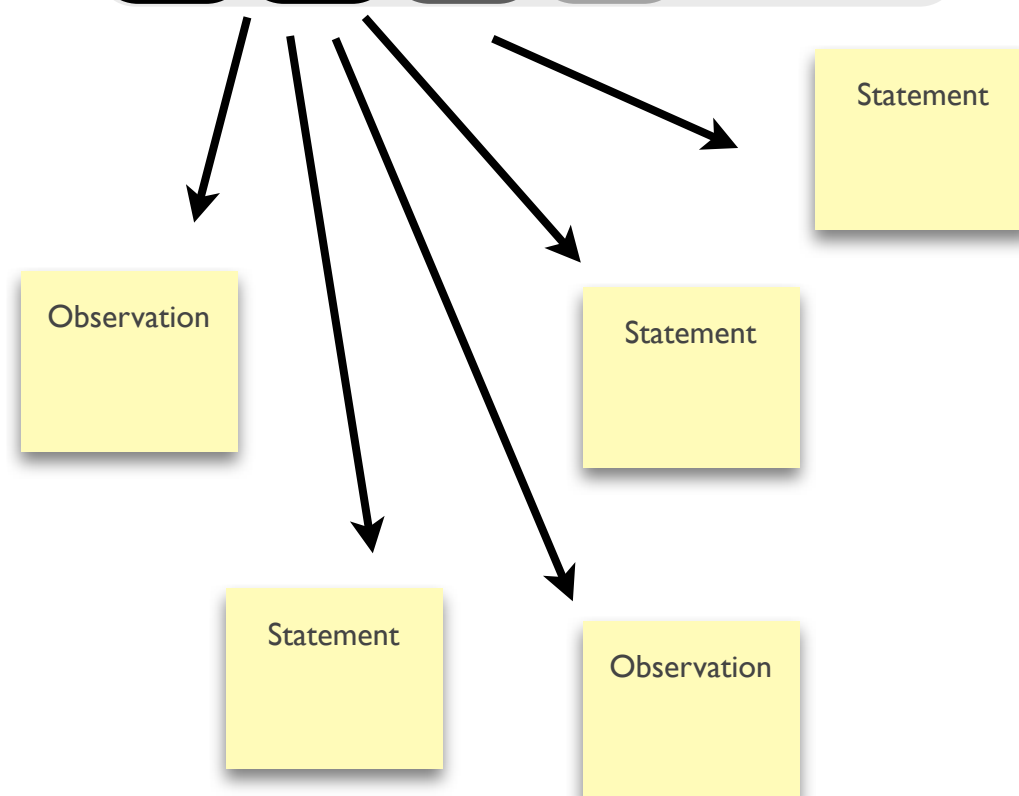
A) Fragen zu Magazinen/Zeitschriften allgemein

1. Welche Magazine oder Zeitschriften kennen Sie? Welche interessieren Sie?
 Welche lesen Sie? Haben Sie einen Abonnement? (*)
 a. Was gefällt Ihnen daran gut, bzw. weniger gut? Beispiele: Das Magazin, Spiegel, Stern, Konsumtest, Beobachter, Anzeiger, KTip, DLZ, Bunte, Giga, Schweizer Monatshefte, usw.

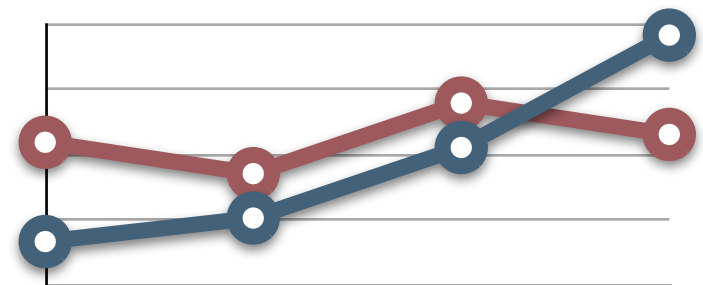
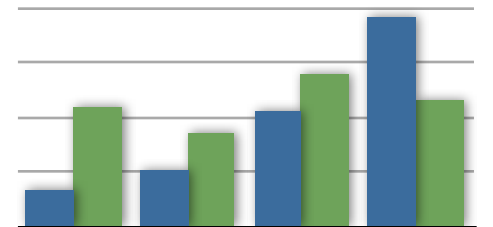
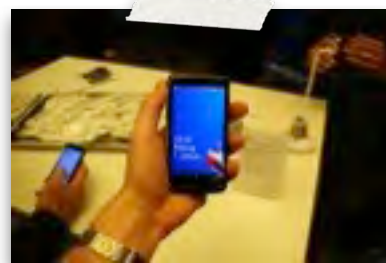
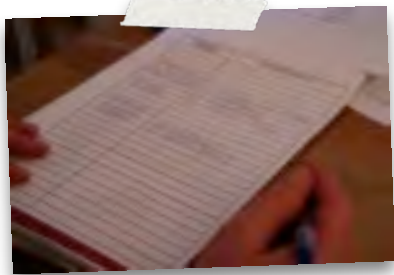
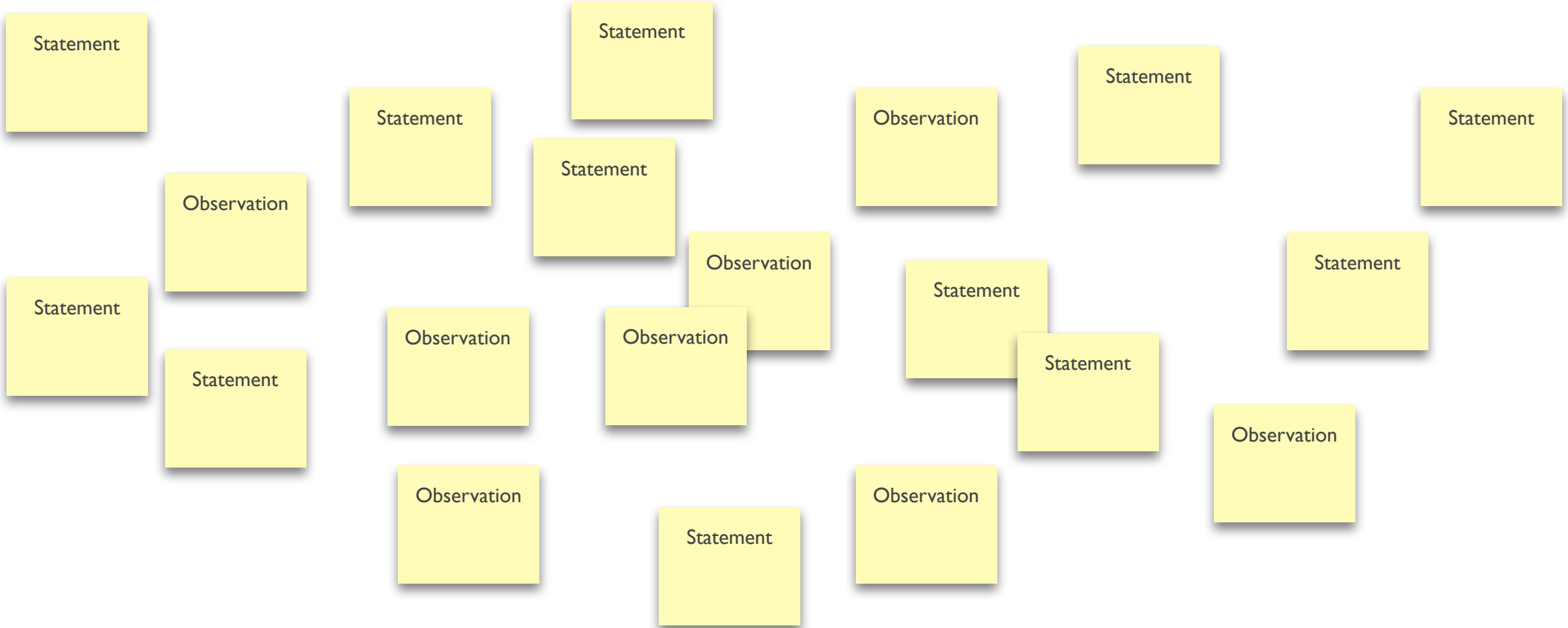
→ Kunst, Kunst (Kunst)
 → Natur, Natur (Natur)
 → Sport, Sport (Sport)
 → Technik, Technik (Technik)
 → Politik, Politik (Politik)
 → Wirtschaft, Wirtschaft (Wirtschaft)
 → Unterhaltung, Unterhaltung (Unterhaltung)
 → Wissenschaft, Wissenschaft (Wissenschaft)
 → Religion, Religion (Religion)
 → Gesundheit, Gesundheit (Gesundheit)
 → Mode, Mode (Mode)
 → Lifestyle, Lifestyle (Lifestyle)
 → Sonstiges, Sonstiges (Sonstiges)

2. Lesen Sie auch Magazine die eher technische Themen wie Handys, Laptops,
 Accessorien und Gadgets behandeln? (*)
 a. Was gefällt Ihnen daran gut, bzw. weniger gut? Beispiele: Connect, Chip,
 usw.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed
do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.
Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco
laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure
dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu
fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non
proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est
laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing
elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore
magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud
exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo
consequat. proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim
id est laborum. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud



Make your Data Physical



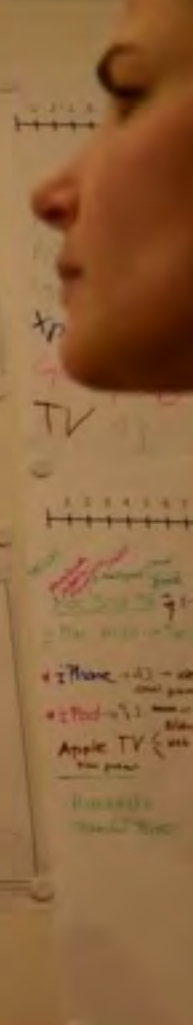
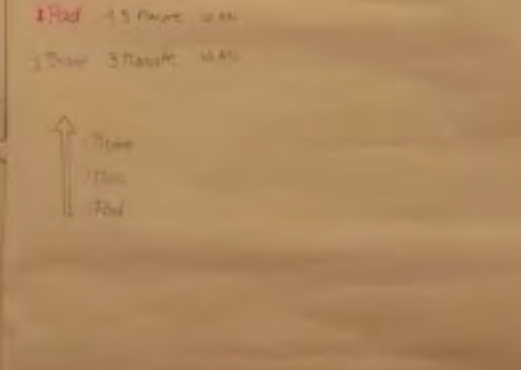
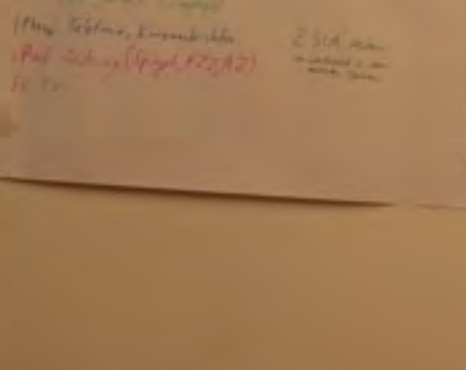
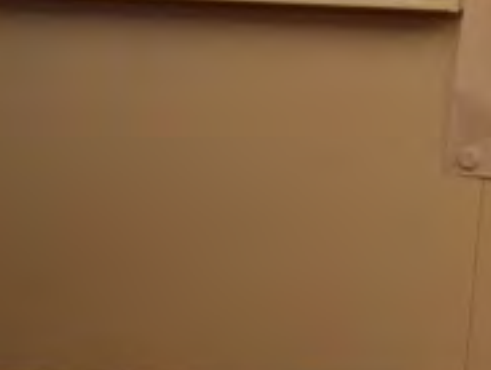
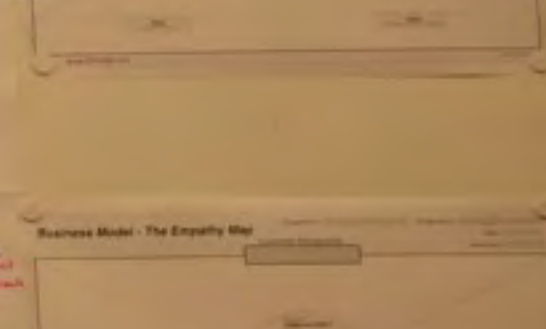
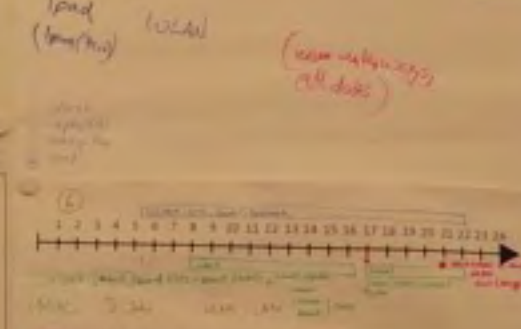
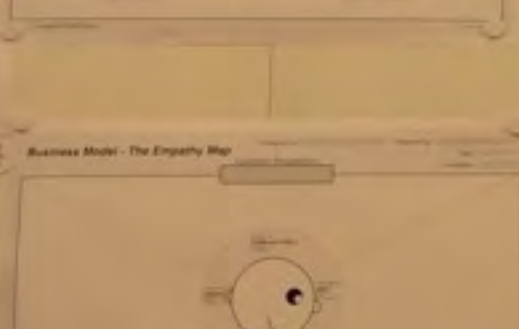
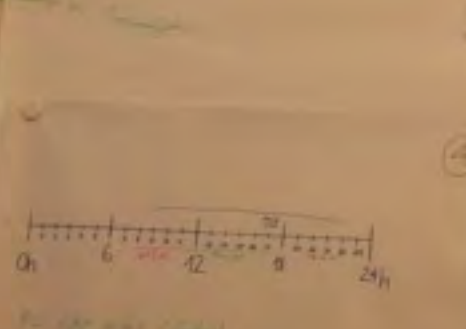
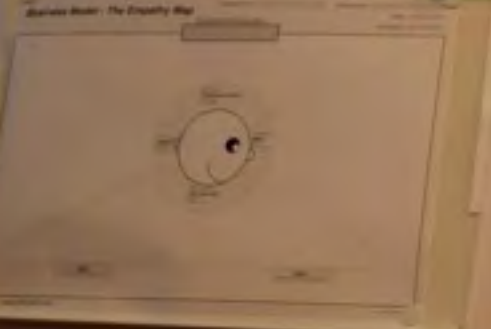
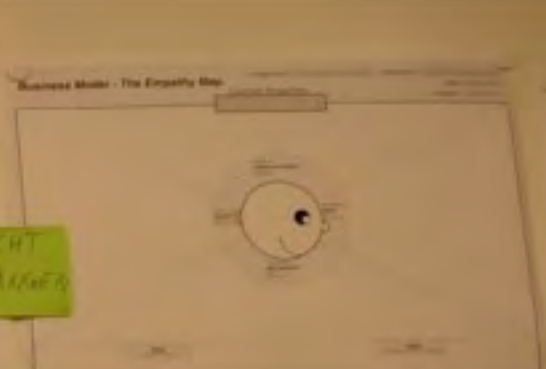
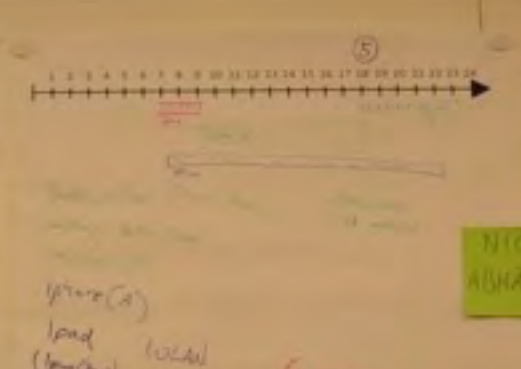
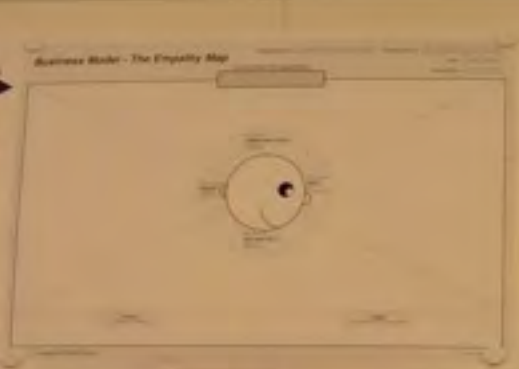
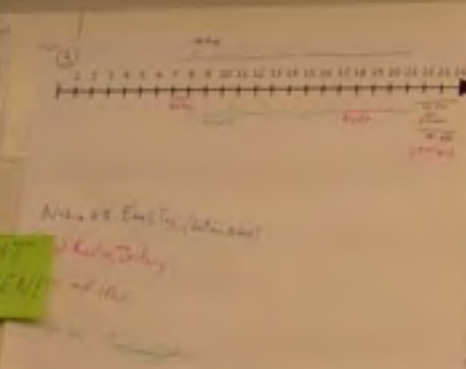
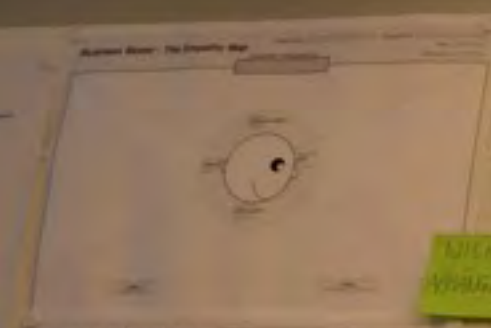


VIKATION



ZUBEHÖR





Perform Pattern Recognition

Statement

Statement

Statement

Statement

Statement

Observation

Statement

Observation

Observation

Statement

Statement

Statement

Statement

Observation

Observation

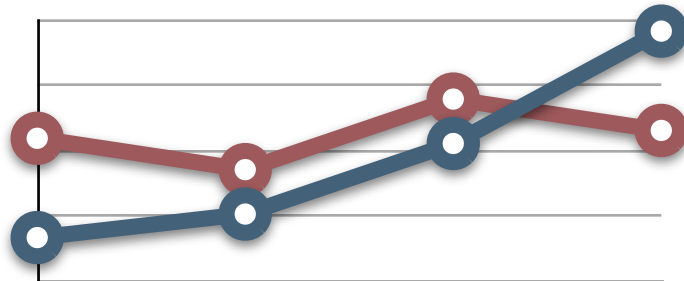
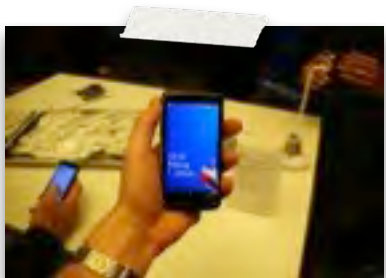
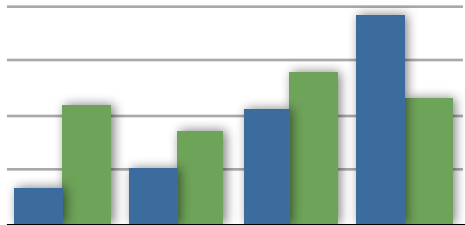
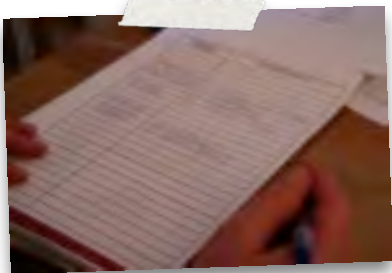
Statement

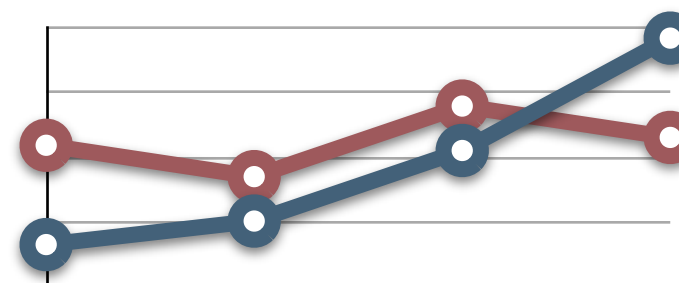
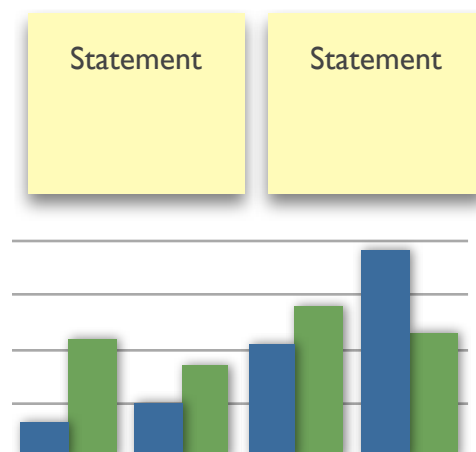
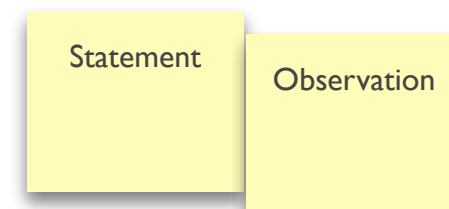
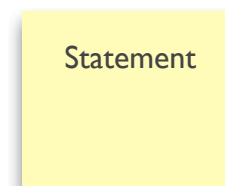
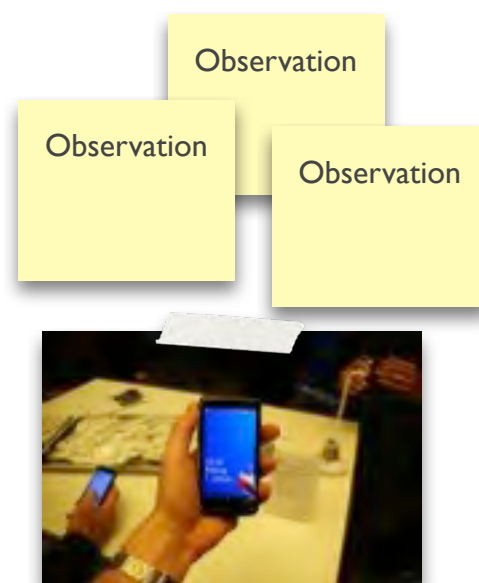
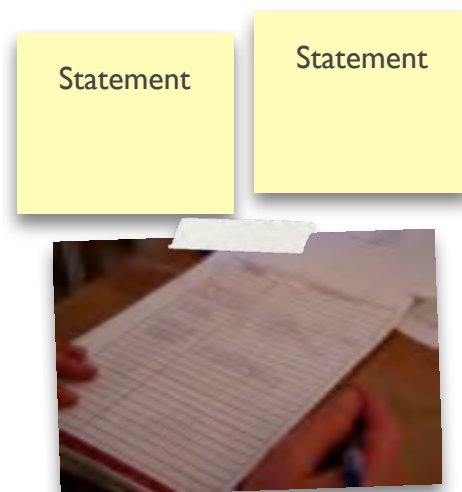
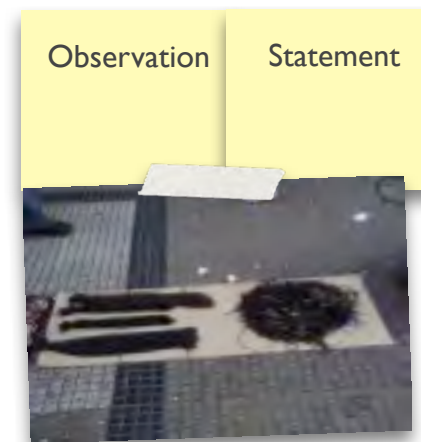
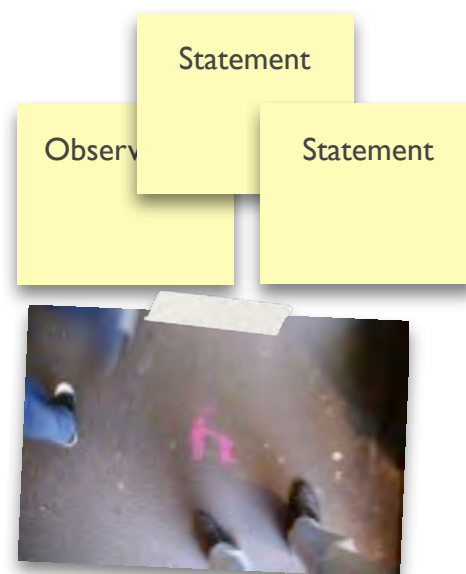
Observation

Observation

Statement

Observation





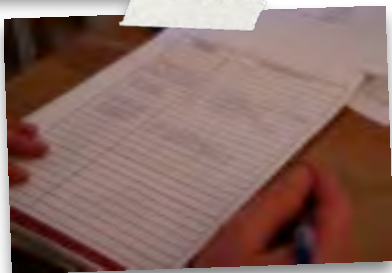
Theme A

Observation

Statement

Statement

Statement



Theme B

Observation

Statement

Statement



Statement



Theme C

Statement

Statement

Observation



Theme D

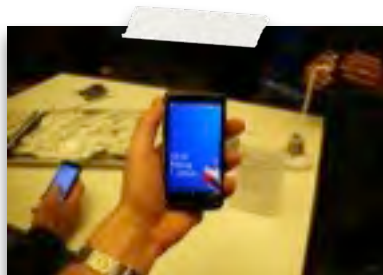
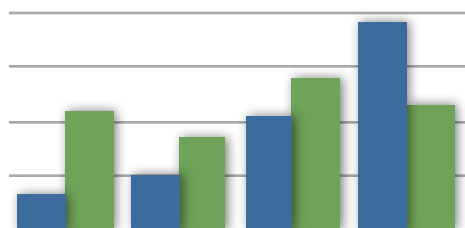
Statement

Observation

Statement

Observation

Observation

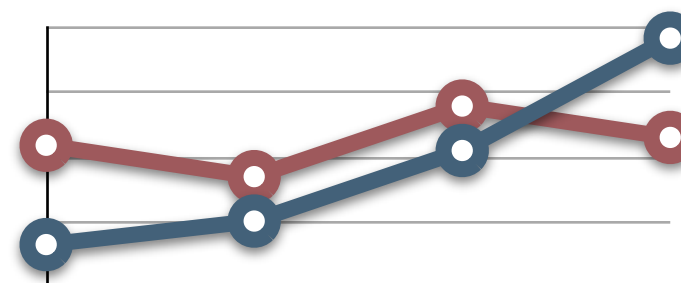


Theme E

Statement

Statement

Observation



Observation



Seamless Handover

Andere Connection mangen

Navigation

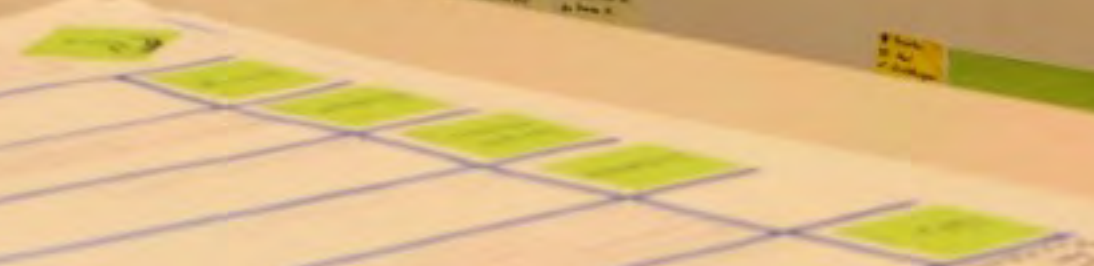
Interaktionen Webbrowser

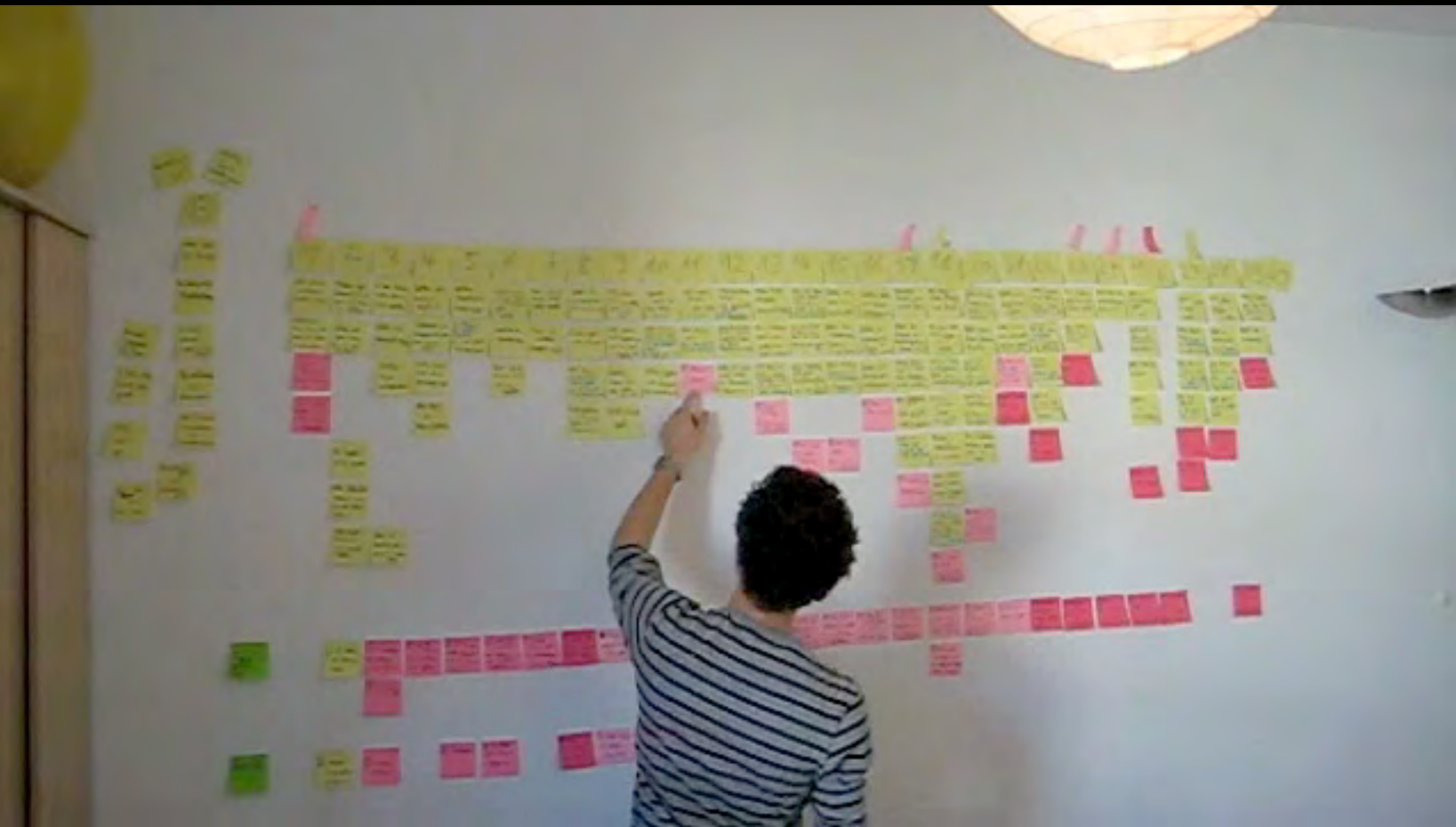
Begriffe im LIDM

Visuelles Design

Profile

SMS





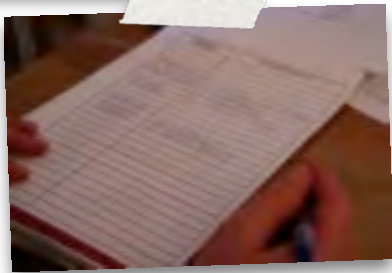
Theme A

Observation

Statement

Statement

Statement



Theme B

Observation

Statement

Statement



Statement



Theme C

Statement

Statement

Observation



Theme D

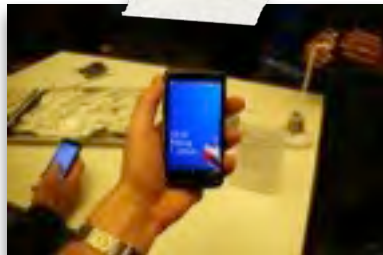
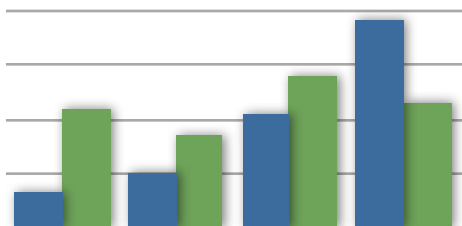
Statement

Observation

Statement

Observation

Observation

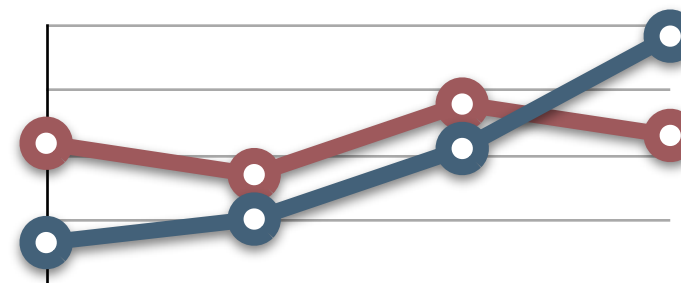


Theme E

Statement

Statement

Observation



Structure your Data and Reduce Complexity

Variable x



Variable y







lassen!

Abgrenzen

Abgrenzen

gut zu
und
kannst

ganzheitlich
denken,
systemisch

ganzheitlich
denken,
systemisch

ganzheitlich
denken,
systemisch

ganzheitlich
denken,
systemisch

ganzheitlich
denken,
systemisch

ganzheitlich
denken,
systemisch

ganzheitlich
denken,
systemisch

ganzheitlich
denken,
systemisch

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Thema
gefällt

zu wenig
inhalt

zu viel
Lernung

Abgrenzen
zu groß

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Schlichte
in
einem Schritt

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

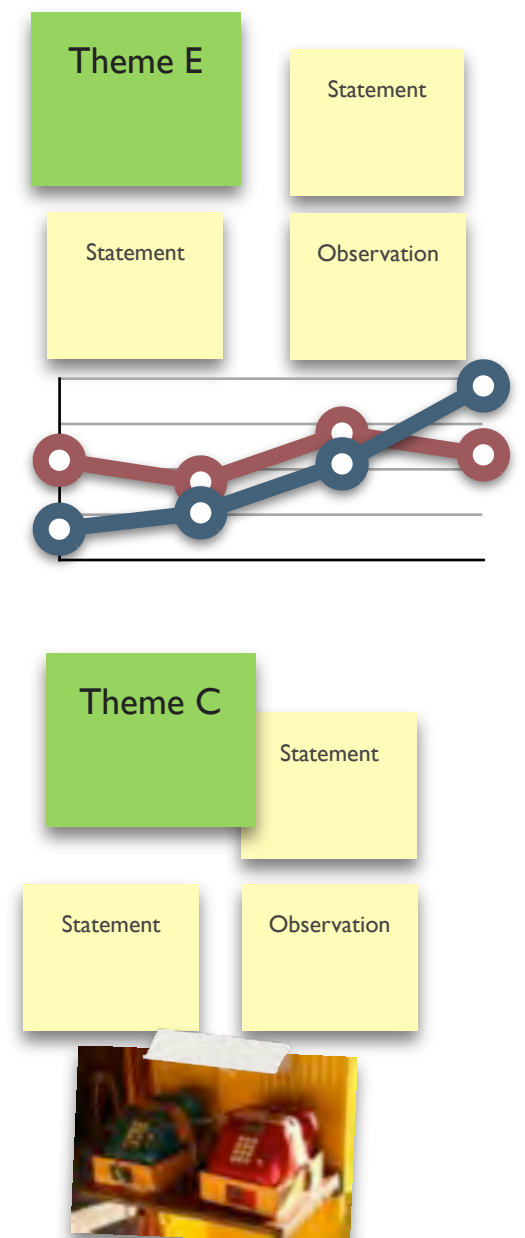
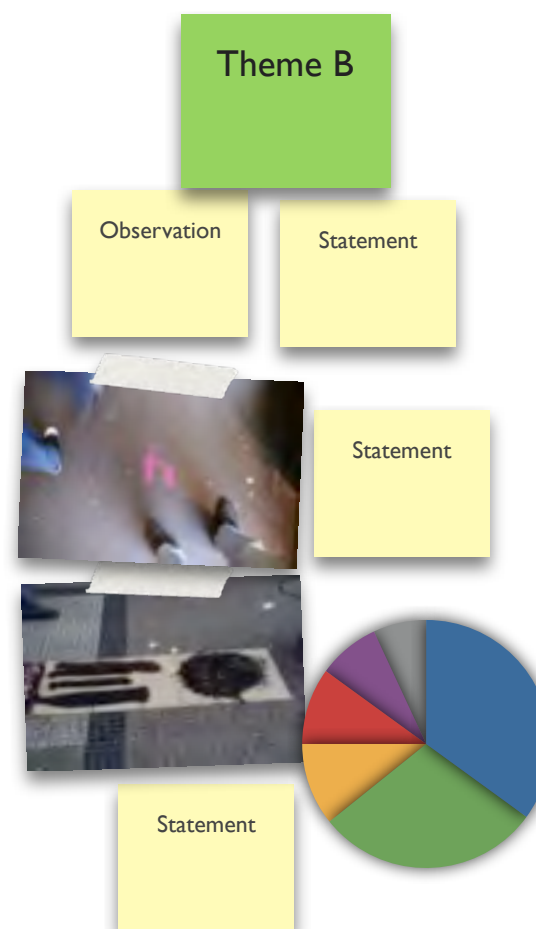
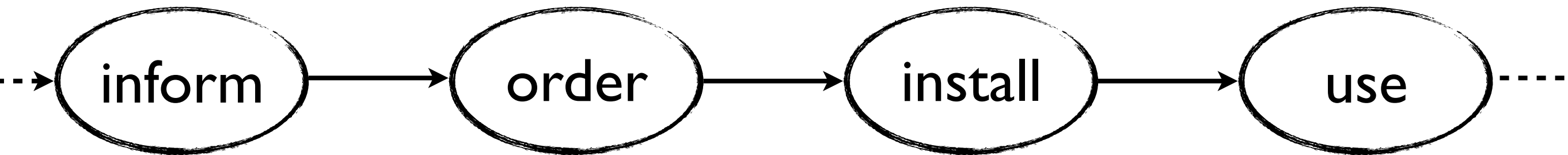
Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

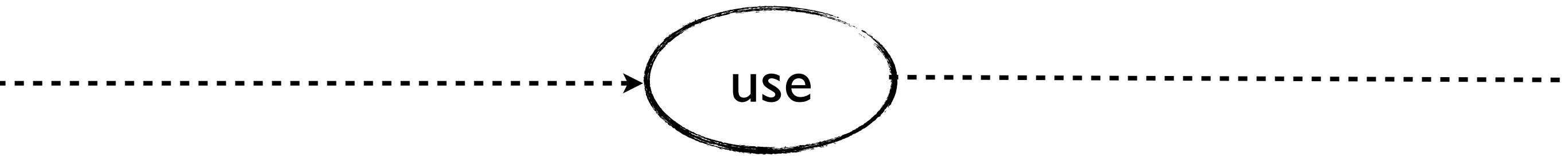
Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten

Wichtigkeit
und
Lern-
möglichkeiten



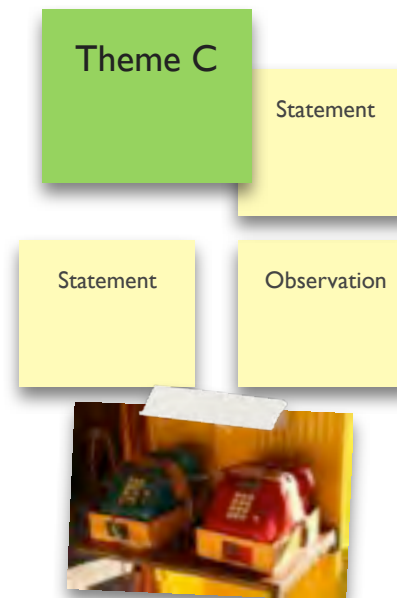
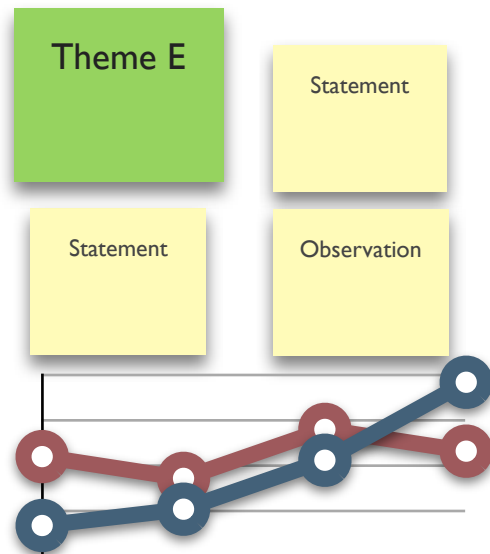






Variable x

Variable y



Sich
Informieren

Tablet

touch
and
try

- 1. High quality als
"testen", wenn
wie es läuft?
- 2. Will Tablet (im
Shop) sehen und
anschauen, bevor
ich es kaufe!
- 3. Good reputation
im Geschäft?
- 4. Bei Kauf muss gut
sein, mit dem
Informant werden
"Kauf als Kauf
nicht"
- 5. Good reputation
im Geschäft?
- 6. Beratung im
Shop über
"Beim Kauf
dass in Preis!"
- 7. Gute Beratung
im Apple-Store
im Markt?
- 8. Ausprobieren
im Shop
- 9. Ausprobieren
des "good" im
Markt
- 10. Apple Store Markt
das Tablet ist
Informant
(Gutheit des
Marktes)
- 11. Media Markt,
um Geräte
zu sehen &
testen

Suche im
Internet

- 1. Apple
News-App
- 2. Suchen im
Internet, um
das Tablet zu
testen
- 3. Suchen im
Internet, um
das Tablet zu
testen
- 4. Suchen im
Internet, um
das Tablet zu
testen

Abo

Unterschiedliche
Touchpoints für
Bewertung Abo
(CM, SE Shop, Hotline)

- 1. Abon-
ment
Bewertung
im SE Shop
- 2. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 3. Bei Kauf muss
gut sein, mit
dem Informant
werden
- 4. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 5. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 6. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 7. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 8. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 9. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 10. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?

Zu wenig Transparenz
bezüglich iPad/Apple
Datenmanagement

- 1. Zu wenig
Transparenz
bezüglich
iPad/Apple
Datenmanagement
- 2. Zu wenig
Transparenz
bezüglich
iPad/Apple
Datenmanagement
- 3. Zu wenig
Transparenz
bezüglich
iPad/Apple
Datenmanagement
- 4. Zu wenig
Transparenz
bezüglich
iPad/Apple
Datenmanagement

Zu wenige
Informationen
zu den Tarifen

- 1. Zu wenige
Informationen
zu den Tarifen
- 2. Zu wenige
Informationen
zu den Tarifen
- 3. Zu wenige
Informationen
zu den Tarifen
- 4. Zu wenige
Informationen
zu den Tarifen

Tablet

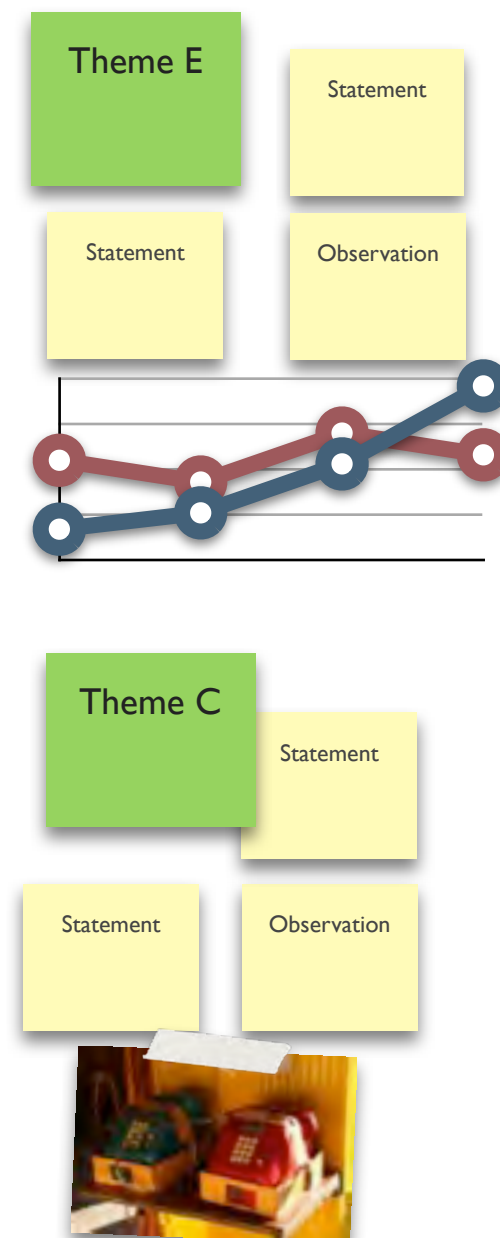
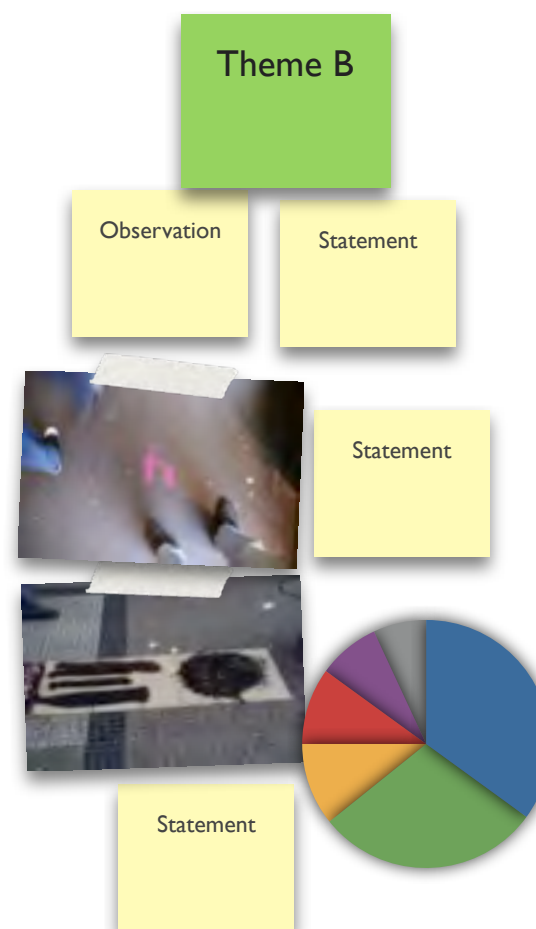
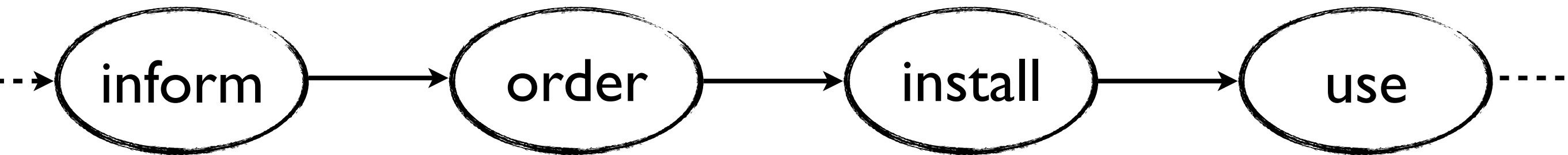
Kaufkriterien
(Auswahlkriterien)

- 1. Apple (Good) Markt
das Tablet ist
Informant
- 2. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 3. Bei Kauf muss
gut sein, mit
dem Informant
werden
- 4. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 5. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 6. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 7. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 8. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 9. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?
- 10. Gute Beratung
im SE Shop
im Markt?

Bezugs
(auch Tablet
Markt)

- 1. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 2. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 3. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 4. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 5. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 6. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 7. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 8. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 9. Bezug
(auch Tablet
Markt)
- 10. Bezug
(auch Tablet
Markt)

Snythesize Findings and Identify Opportunities



Theme



What is it?

Why is it ...?

How ... ?



Finding



Opportunity

Theme C

Statement

Statement

Observation



Tablet

touch and try

Was?

(Fast) alle Kunden probieren das Gerät bevor sie es kaufen, bevor sie sich für/gegen kaufen entscheiden.

Warum?

Kunden überprüfen Anwendungsszenarien (was kann das alles machen ich das?)
und Gebrauchstauglichkeit.
(kann ich damit umgehen)

Und das:

Möglichkeit u. Freiraum hierfür schaffen und/oder aktiv dazu unterstützen u. beraten (Gerät + Abo)

"Ich wollte das testen", schon wie es läuft."

"Will Gerät (im Shop) sehen und ausprobieren bevor ich es kaufe"

ipod
im G
@

ipod im Medienmarkt
angesehen, aber laut

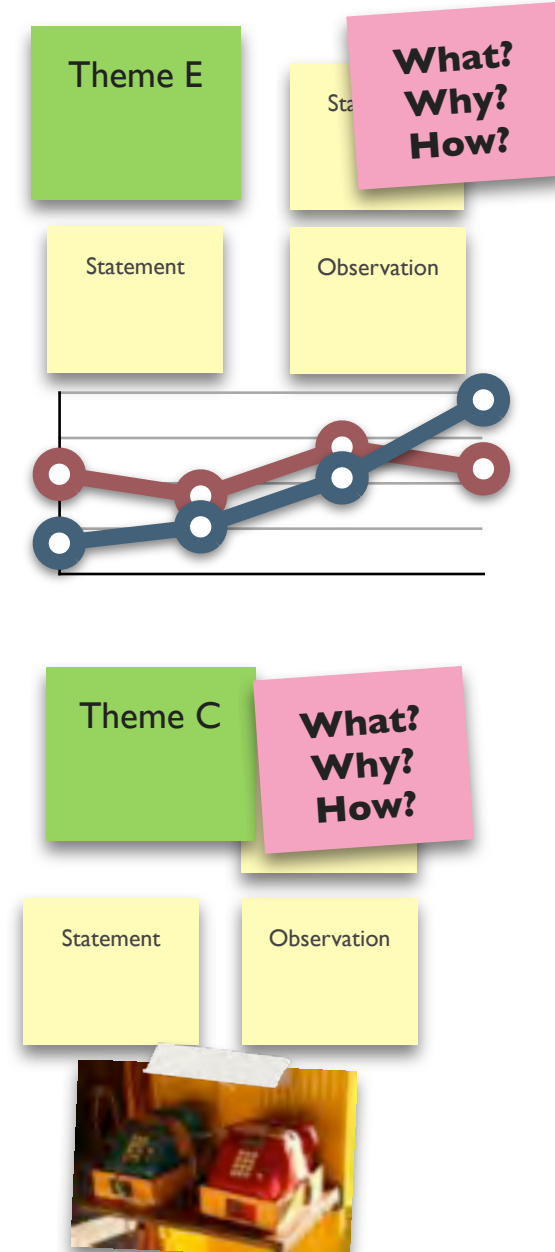
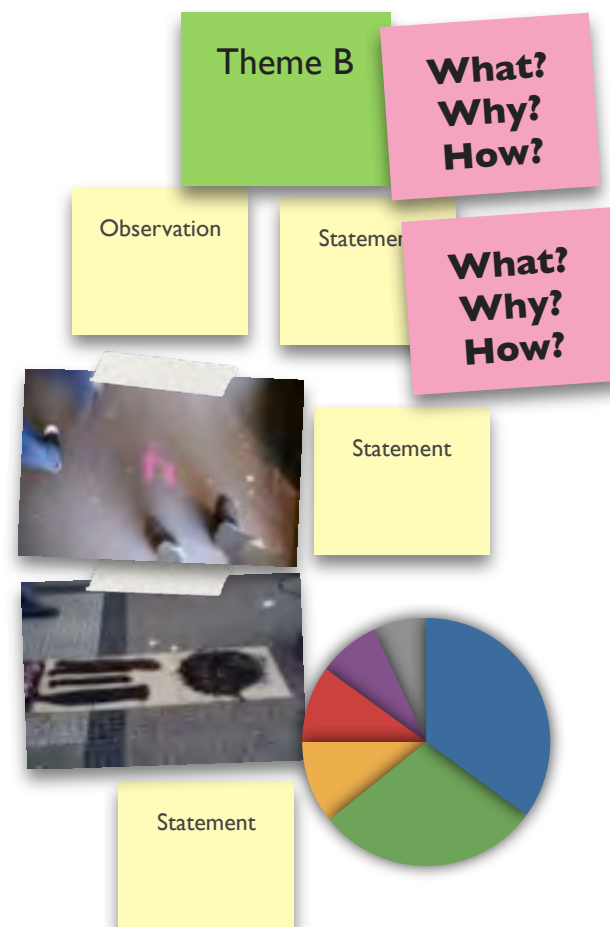
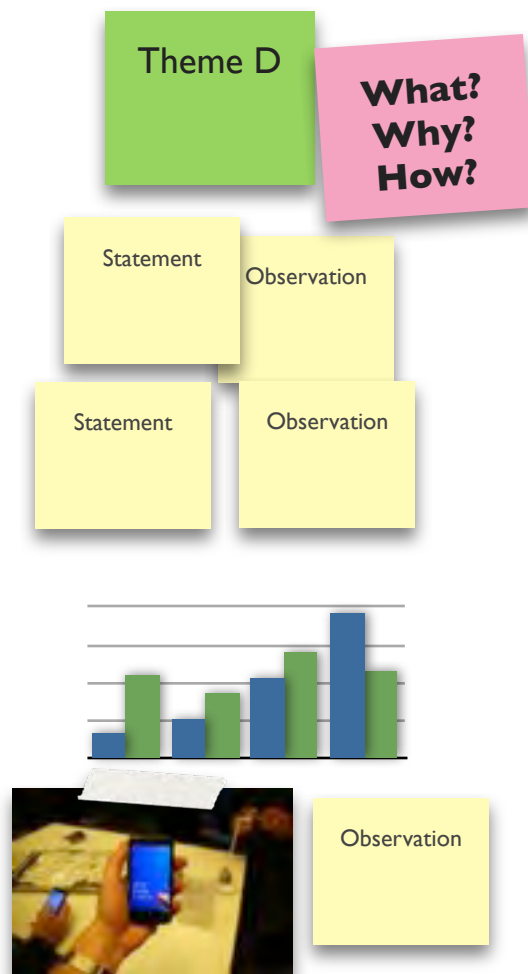
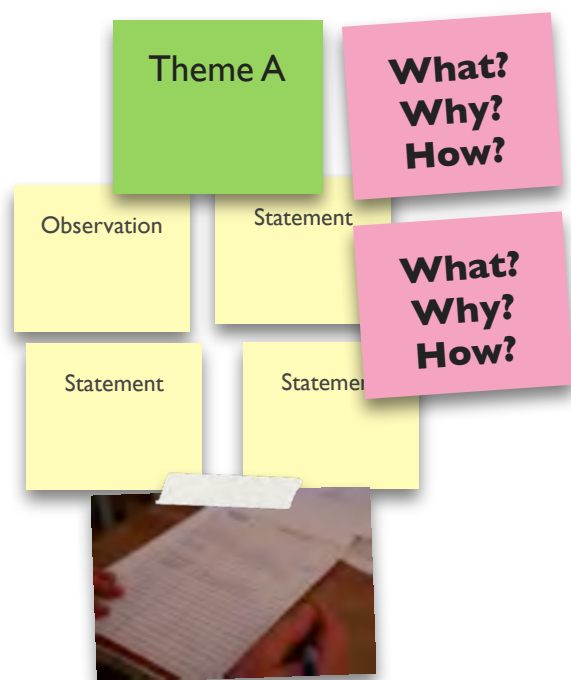
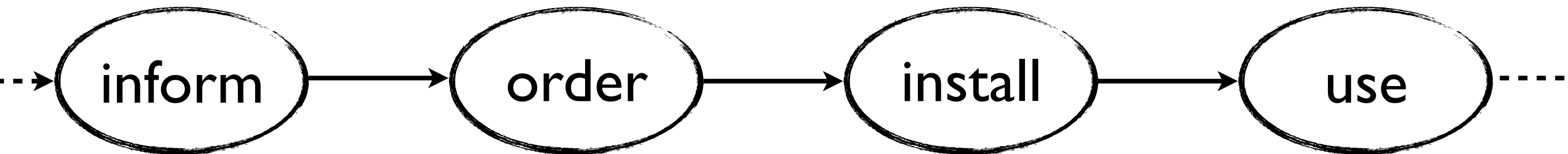
ipod ausprobiert
bei Vater

Beratung im
G-Shop über-
zeugt!

Gerät - Beratung
im Apple-Abteil

Abo-Beratung im
Media Markt (schon)

(Beratung + Kauf in
1 Tag)





Tablet

Tablet

Tablet

Tablet

TV

Freund
entscheidend
we-aver +

Voter

touch
and
try

touch
and
try

touch
and
try

touch
and
try

touch
and
try

Entscheidungen
und
Zerbrechen

Suche im
Internet

Bei wenig
Touren

Bei wenig
Touren

für
Tablet

Stellen
bedarf

Embrace Anomalies

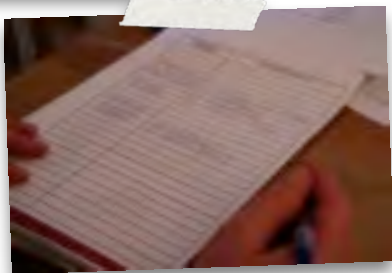
Theme A

Observation

Statement

Statement

Statement



Theme B

Observation

Statement

Statement



Statement



Theme C

Statement

Statement

Observation



Theme D

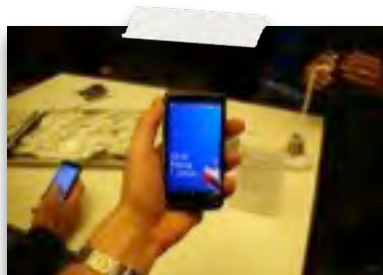
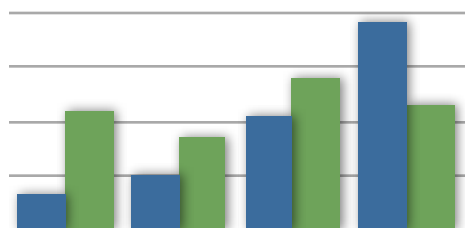
Statement

Observation

Statement

Observation

Observation

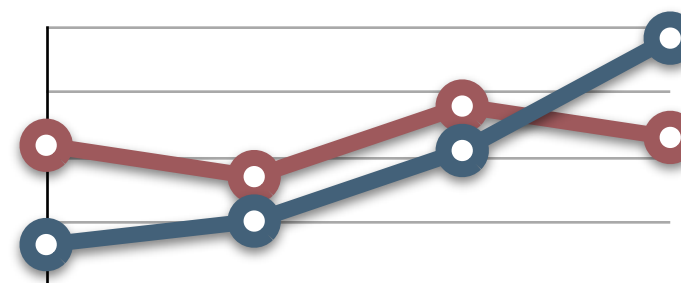


Theme E

Statement

Statement

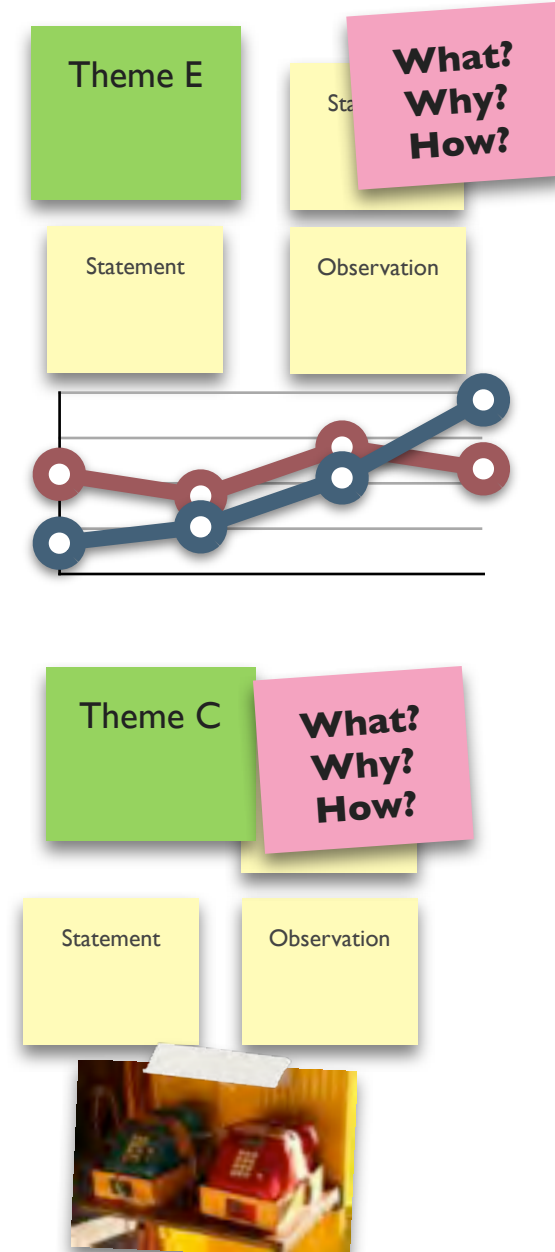
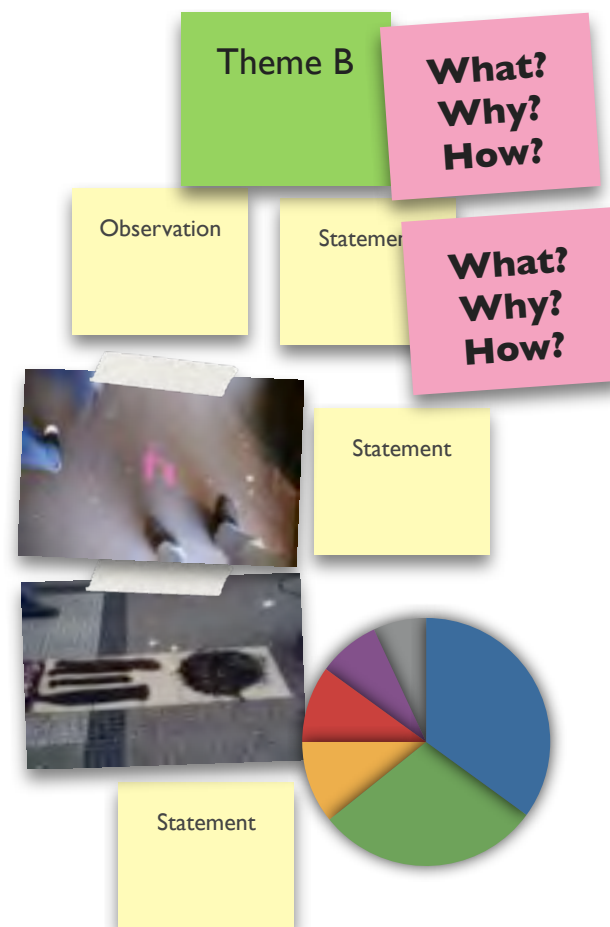
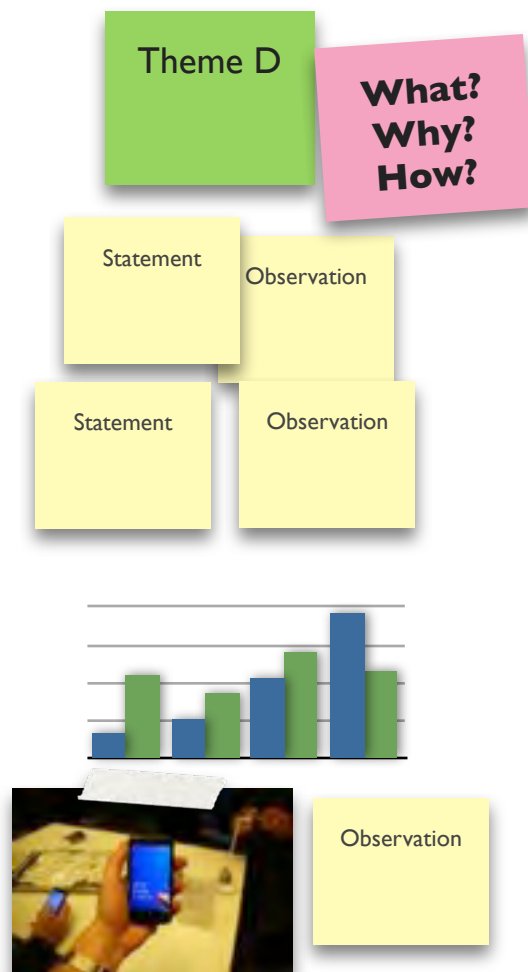
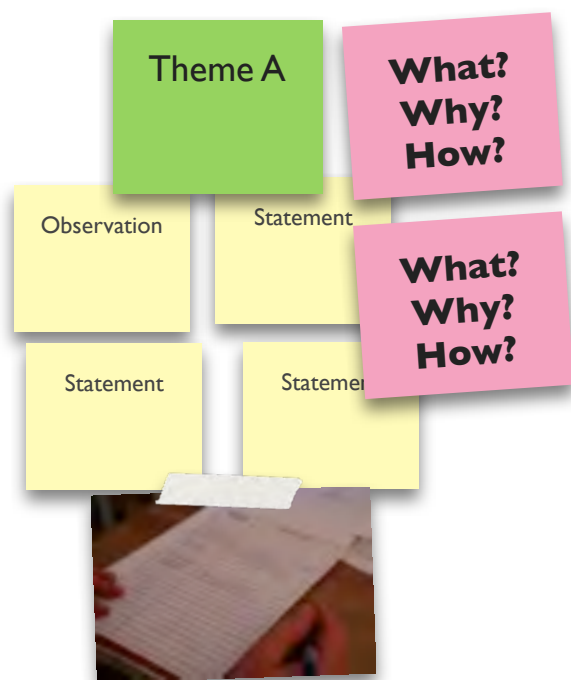
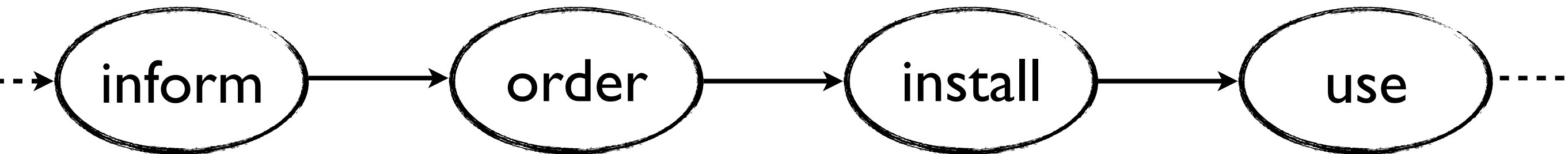
Observation



Observation



Ideate Strategies and Solutions



Tablet

touch
and
try

Was?

(Fast) alle Kunden probieren das Gerät bevor sie es kaufen, bevor sie sich für/gegen kaufen entscheiden.

Warum?

Kunden überprüfen Anwendungsszenarien (was kann das alles machen ich das?)
und Gebrauchstauglichkeit.
(kann ich damit umgehen)

Und das:

Möglichkeit u. Freiraum hierfür schaffen und/oder aktiv dazu unterstützen u. beraten (Gerät + Abo)

"Ich wollte das testen", schon wie es läuft."

"Will Gerät (im Shop) sehen und ausprobieren bevor ich es kaufe"

ipod
im G
@

ipod im Medienmarkt
angesehen, aber laut

ipod ausprobiert
bei Vater

Beratung im
G-Shop über-
zeugt!

Gerät - Beratung
im Apple-Abteil

Abo-Beratung im
Media Markt (schon)

(Beratung + Kauf in
1 Tag)

What?
Why?
How?

How can we
enable our
customers to
touch and try
hardware?

Ideation
Questions

Strategy

Provide an
environment

Create a
service

Strategies

Solution 1

Solution 2

Solution 3

Solution 4

Retail:
Build Shops

Admin:
Allocate
Shop Space

Admin:
Send Trial
Hardware

Web:
Advertise
Service

Marketing:
Plan Events

Partner:
Work with
Vendors

Partner:
Negotiate
Distribution

Solutions



Raw Data



Structured Data



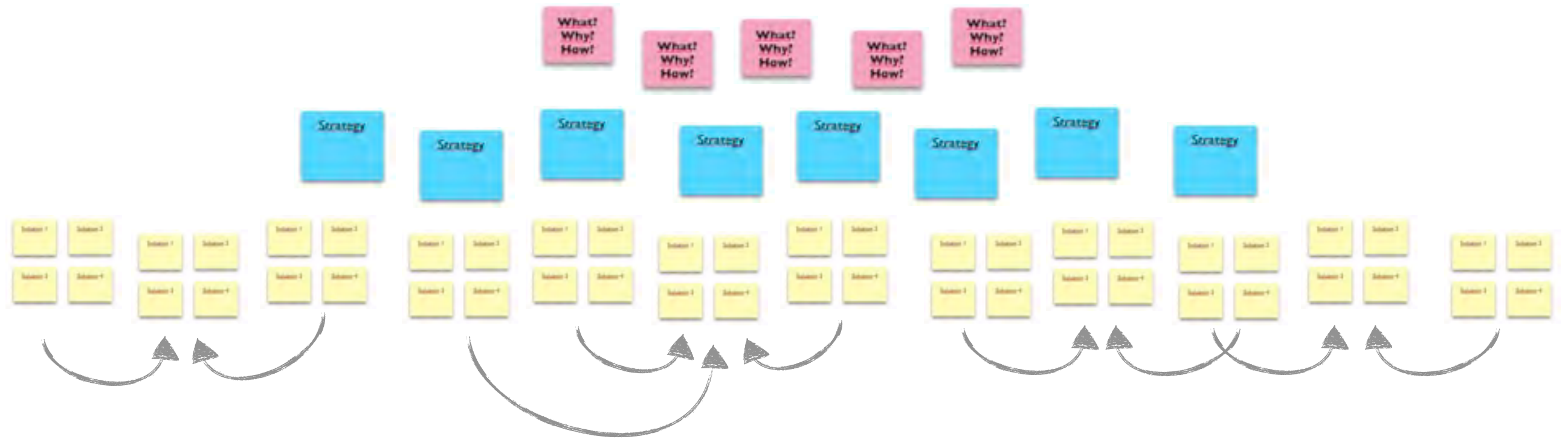
Findings and Opportunities

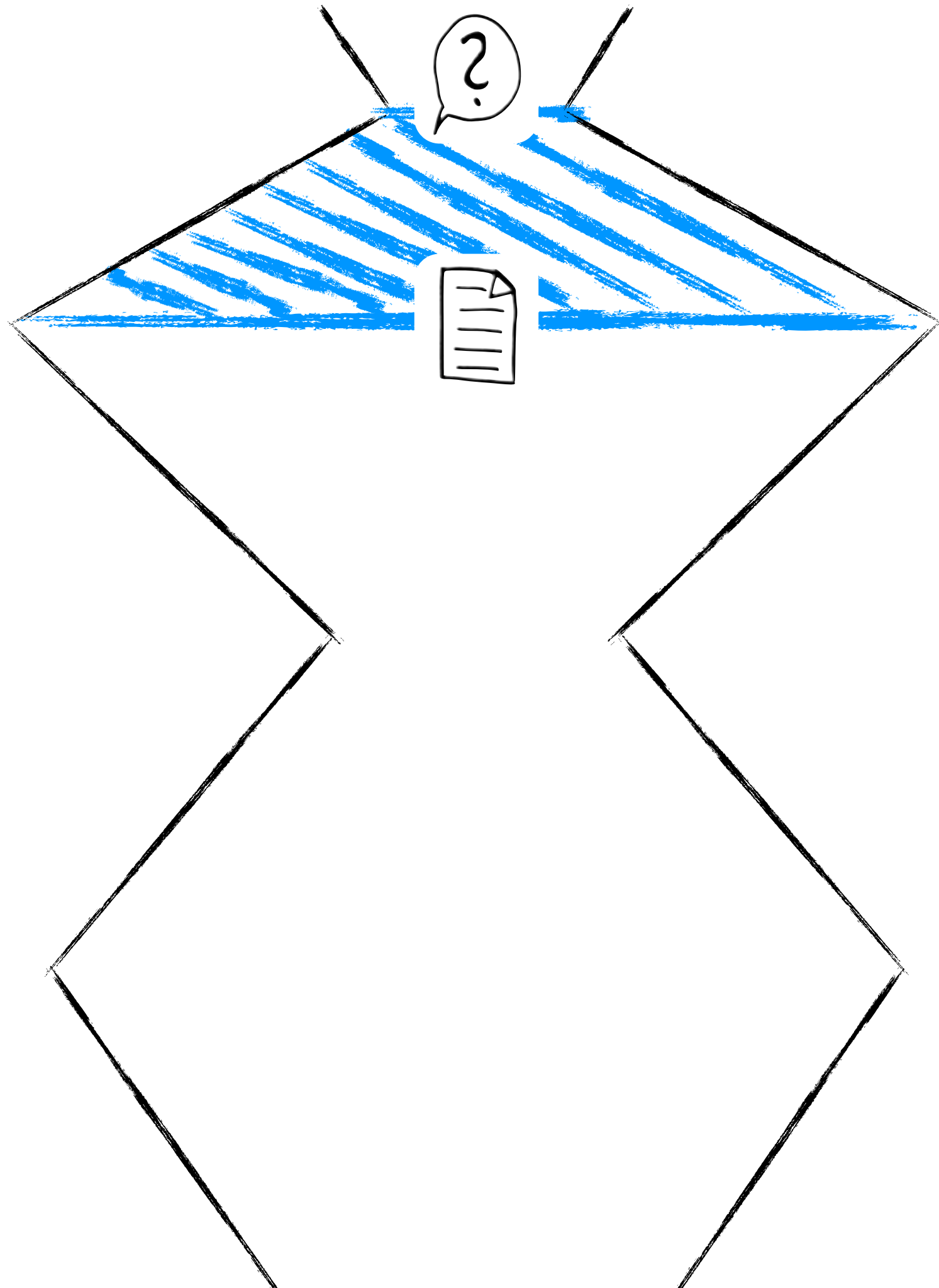


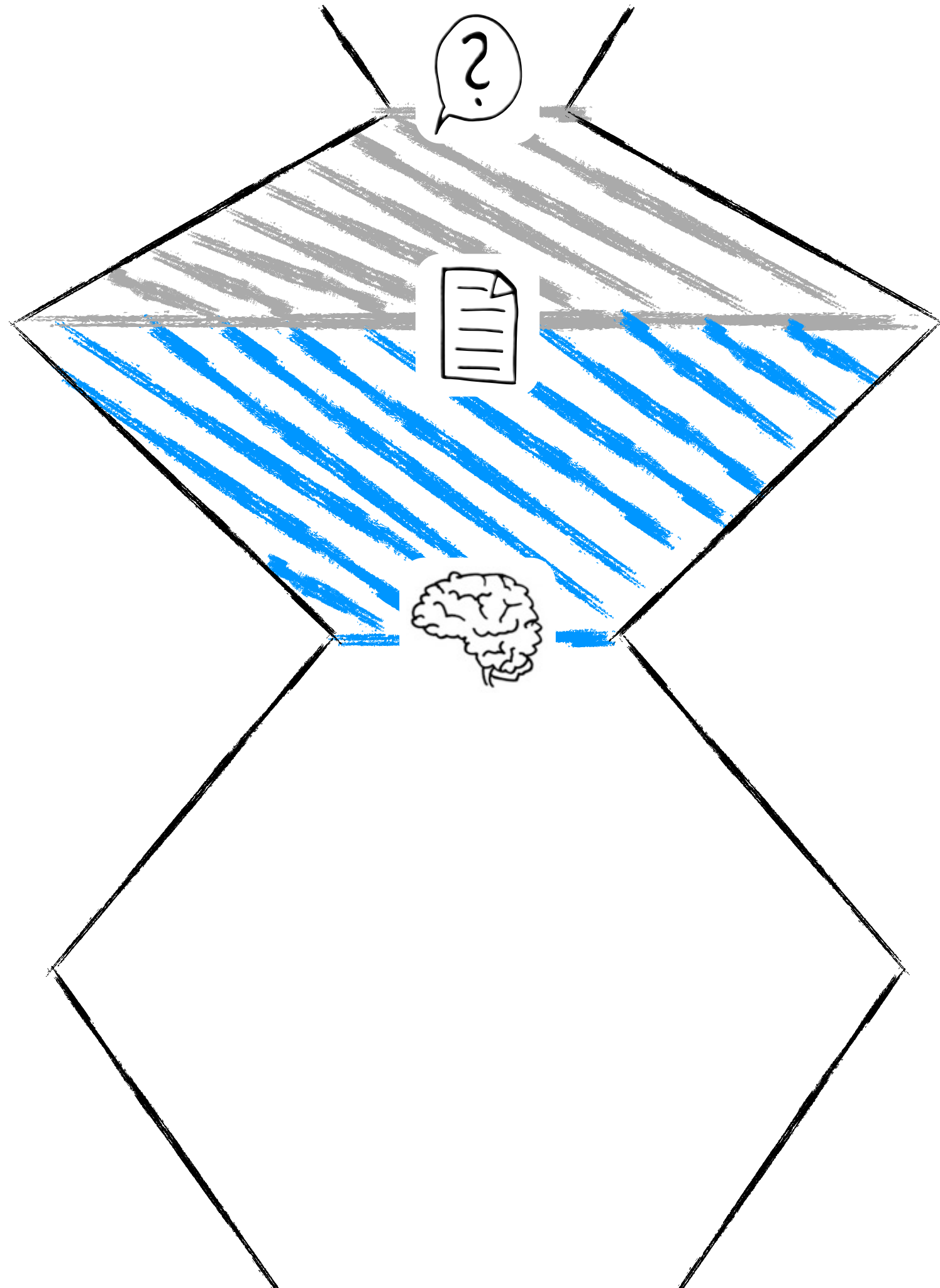
Strategies and Solutions

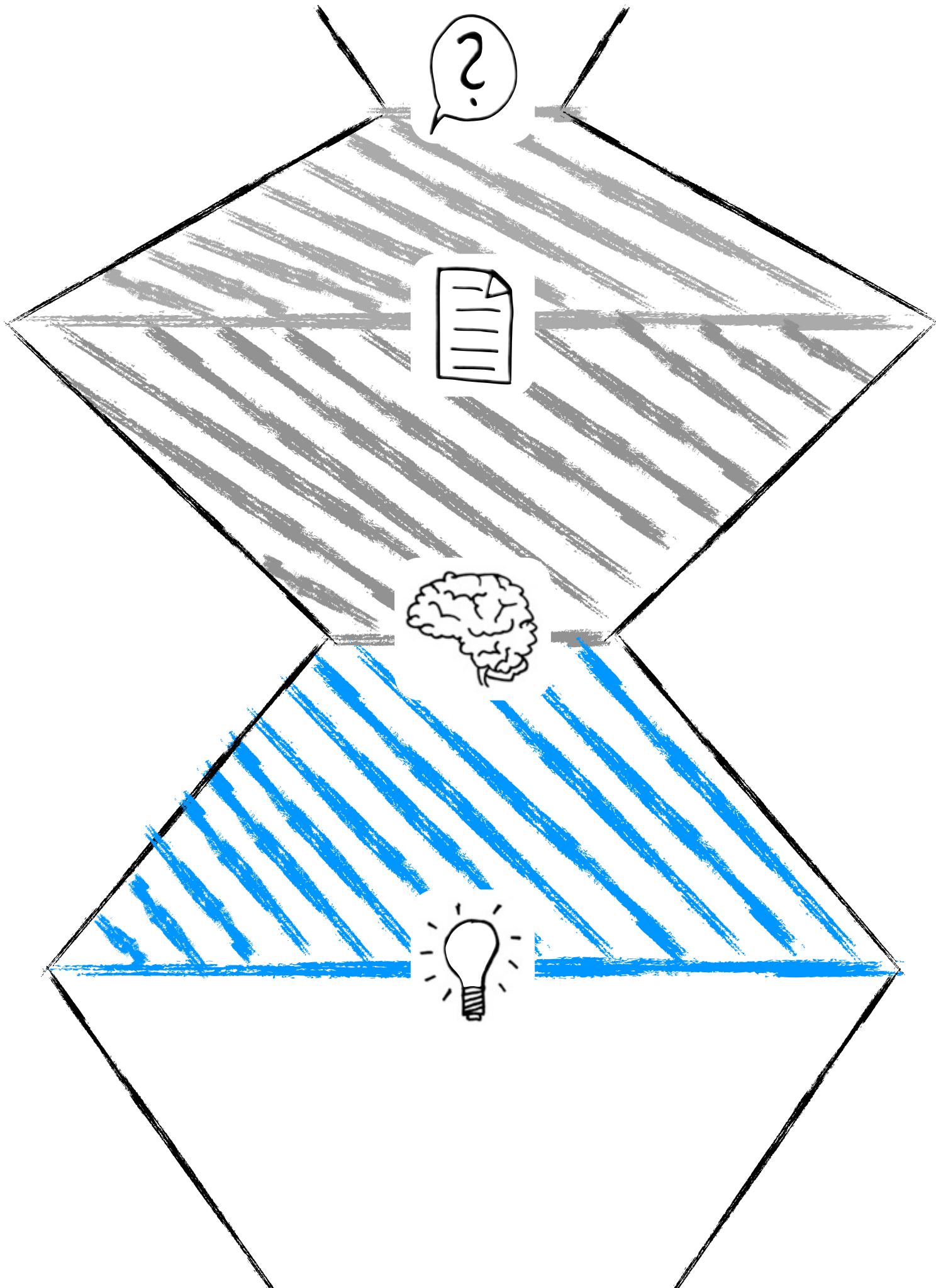


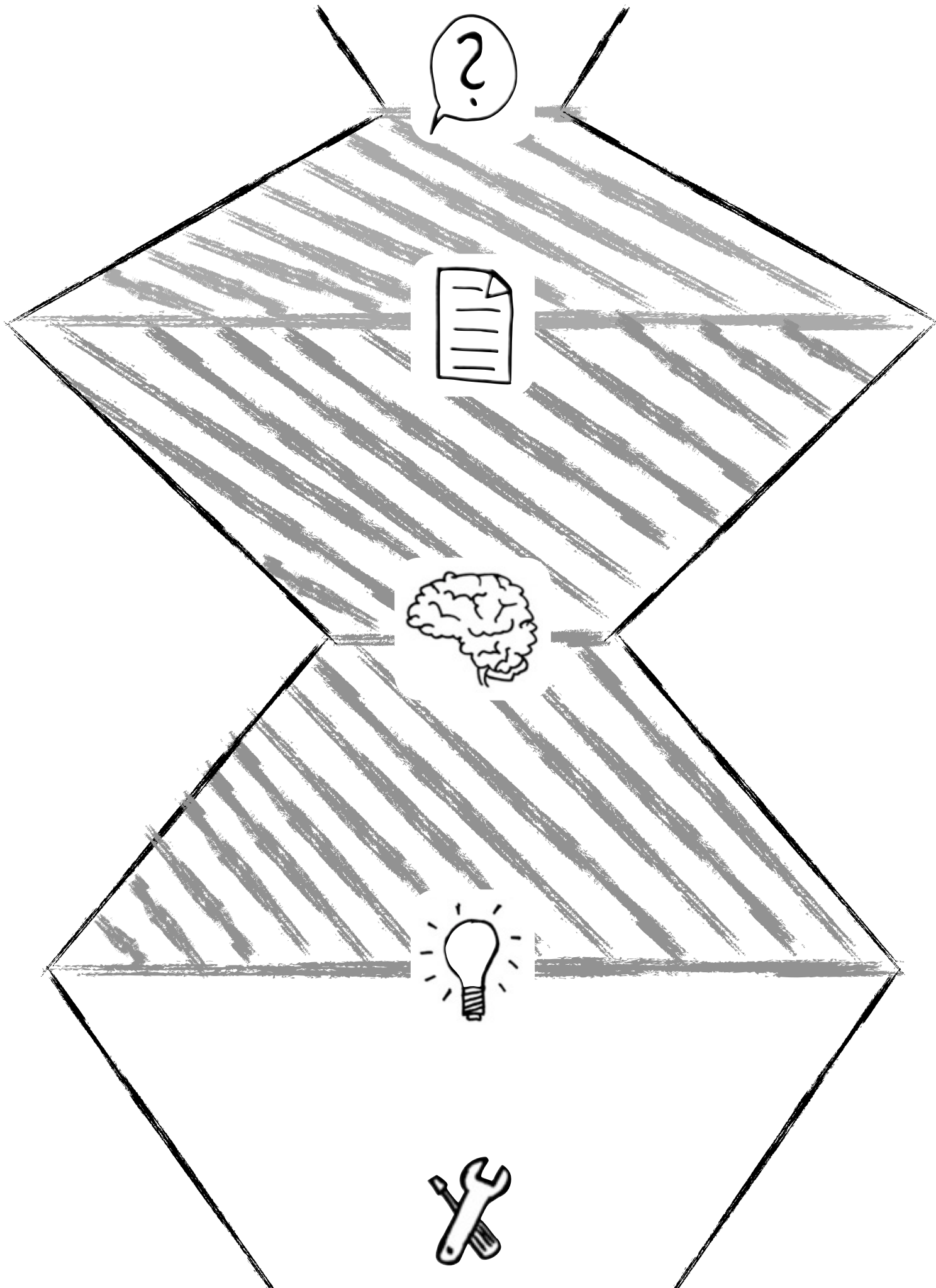
Combine Solutions



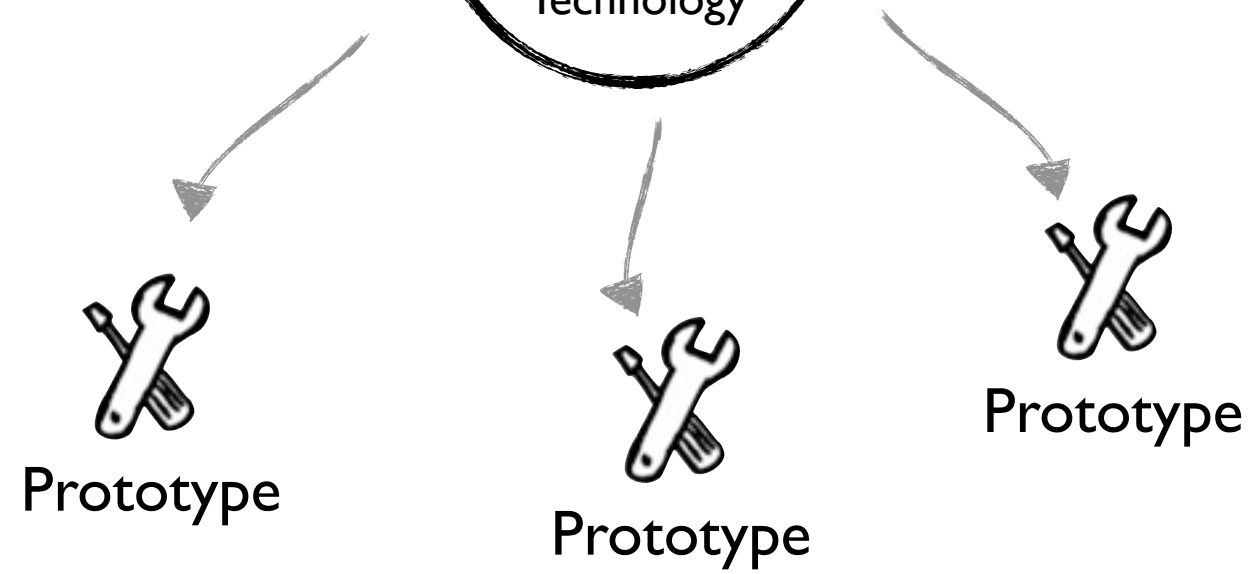
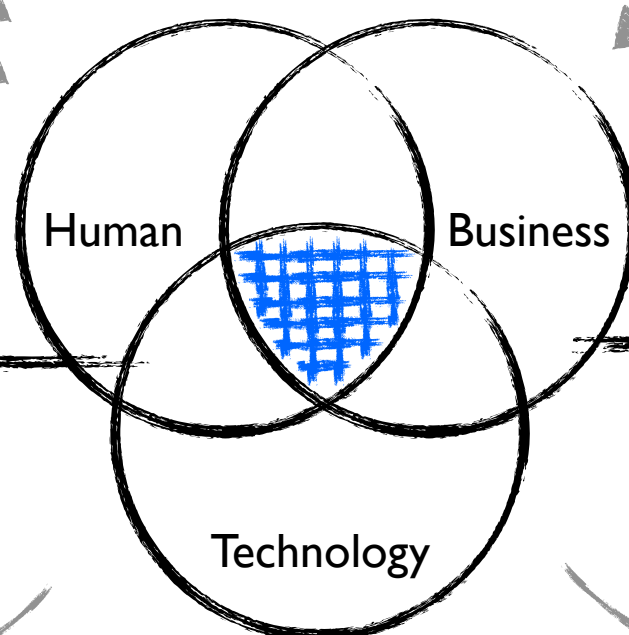
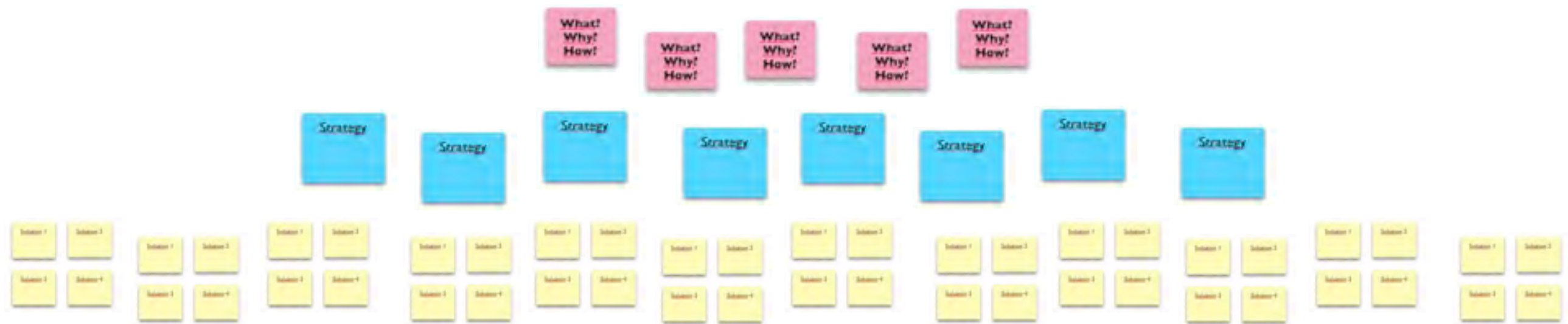




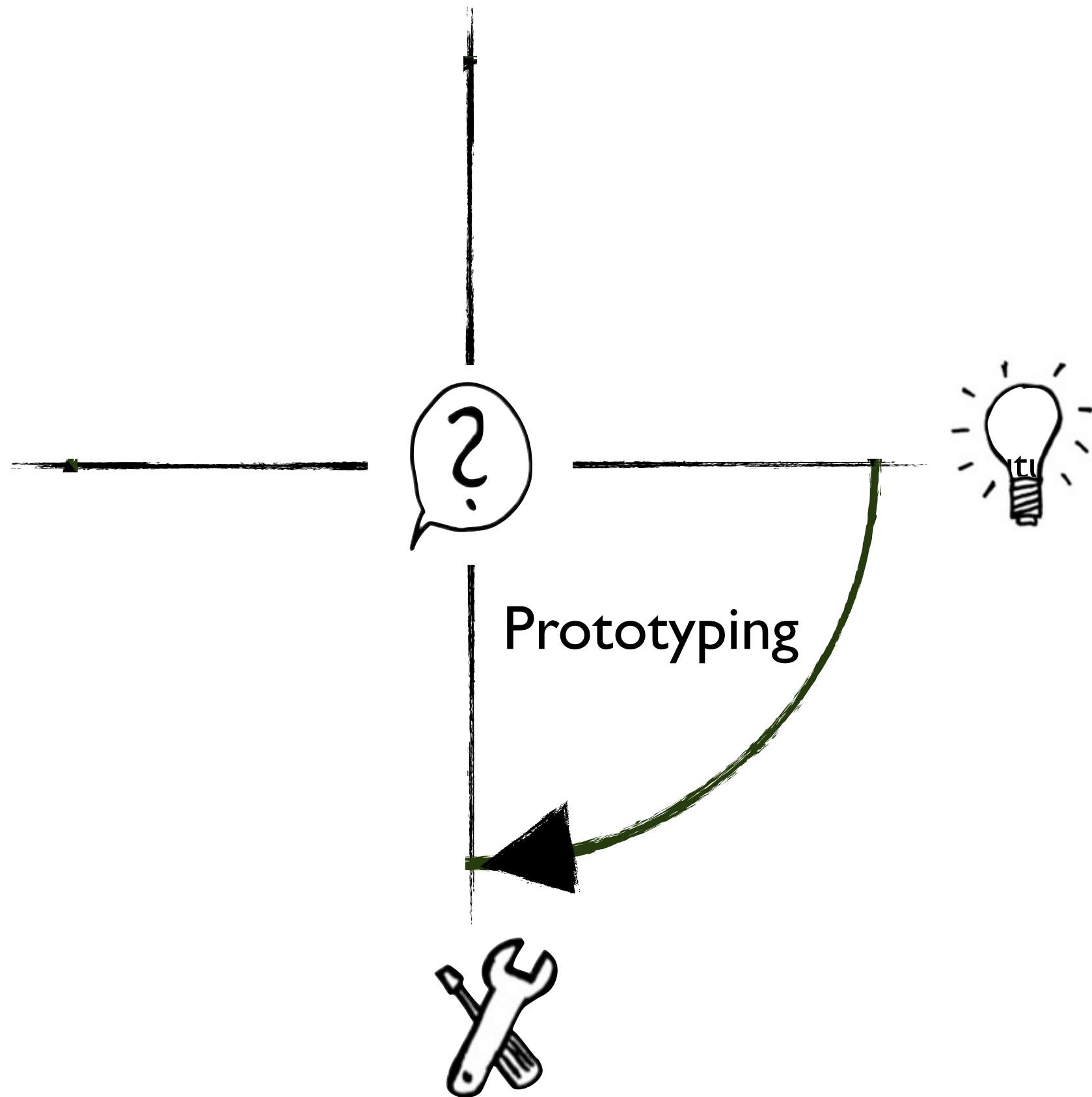




Choose Solutions for Prototyping







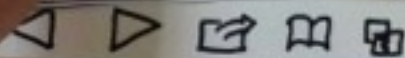
Iterate Quick and Dirty

News-Portal



SWISSCOM

Login



M1 N
SWISSCOM
Login

Handwritten notes on a small piece of paper, including a circled '2' and some illegible text.

Portol
mi 9
mka
12.00

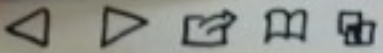
Handwritten symbols or characters at the bottom of the paper, possibly a code or reference.

M1 News
SWISSCOM
in

News - Portal
Alle News 
18 April 2011 11:00 Uhr

 18 April 2011, 11:00
E-Mails auch dank
Mit einer individuellen

 18 April 2011, 11:00
IT basiert Dynamic
Workplace Solution
Optimal



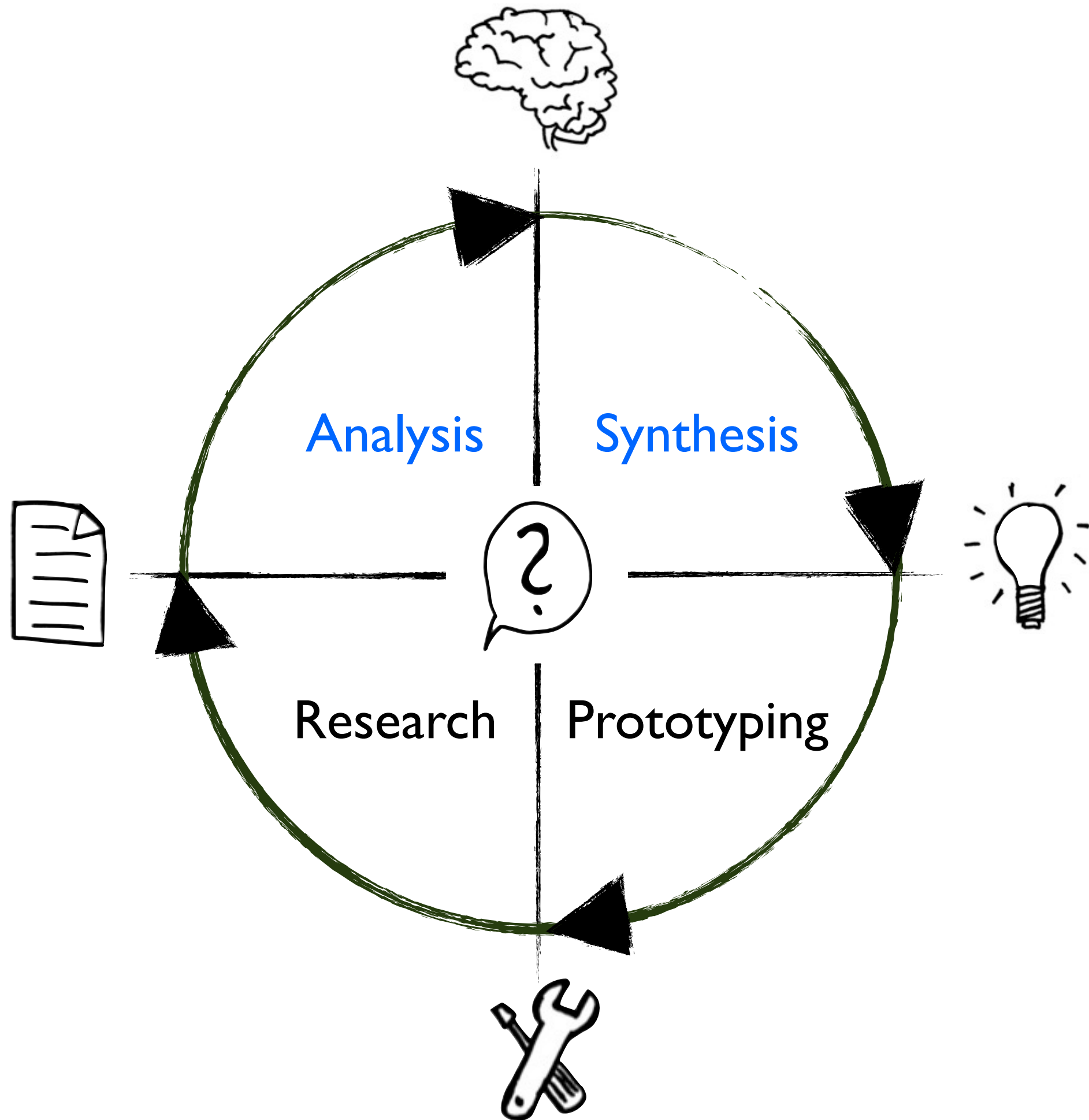
SWISSCOM

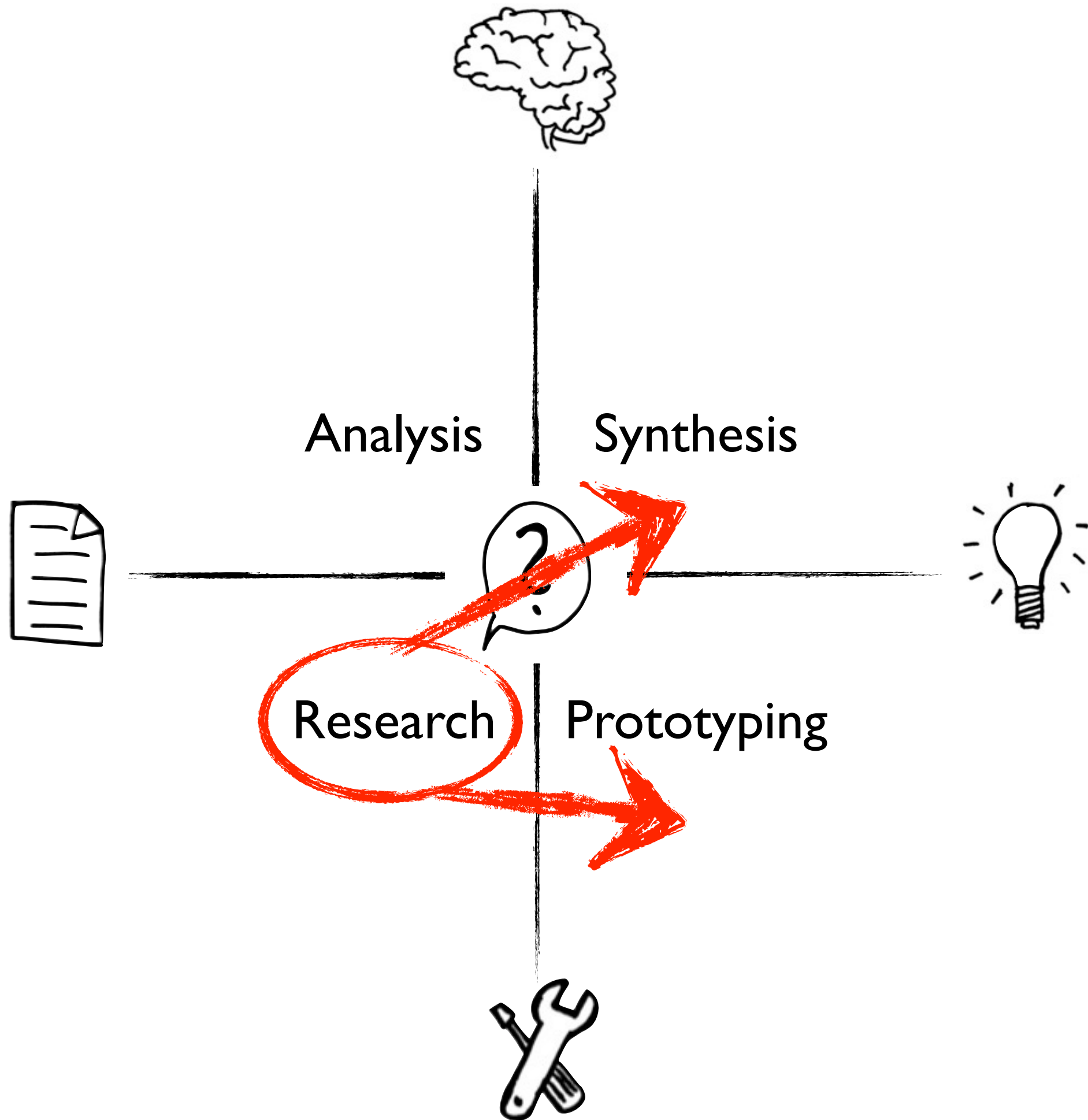
M | News-Portal
Meine News Alle News 
15. April 2011 12:00 Uhr

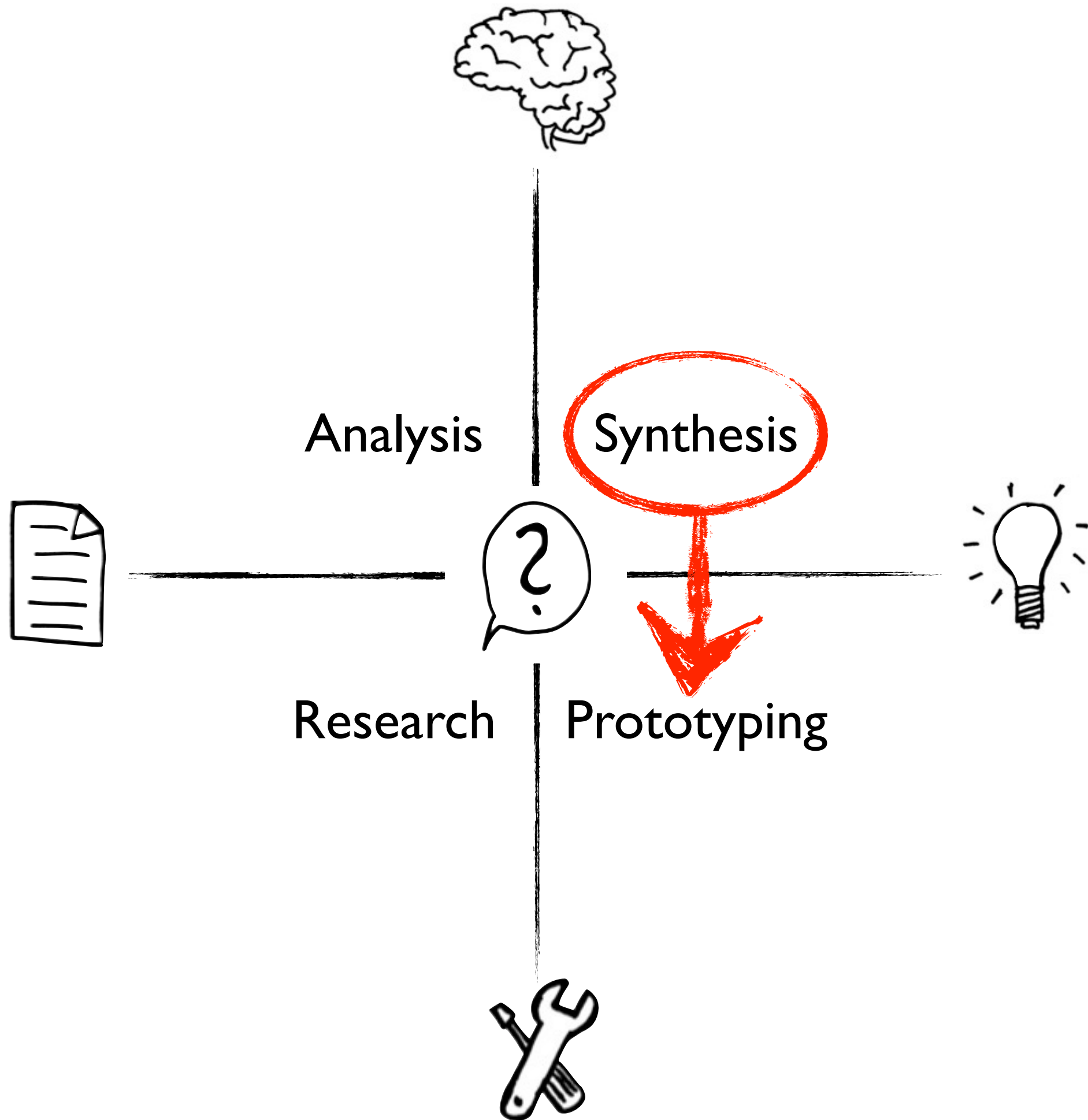
 Bild 15. April 2011, 11:00
...t dankt
...ndividuellen...

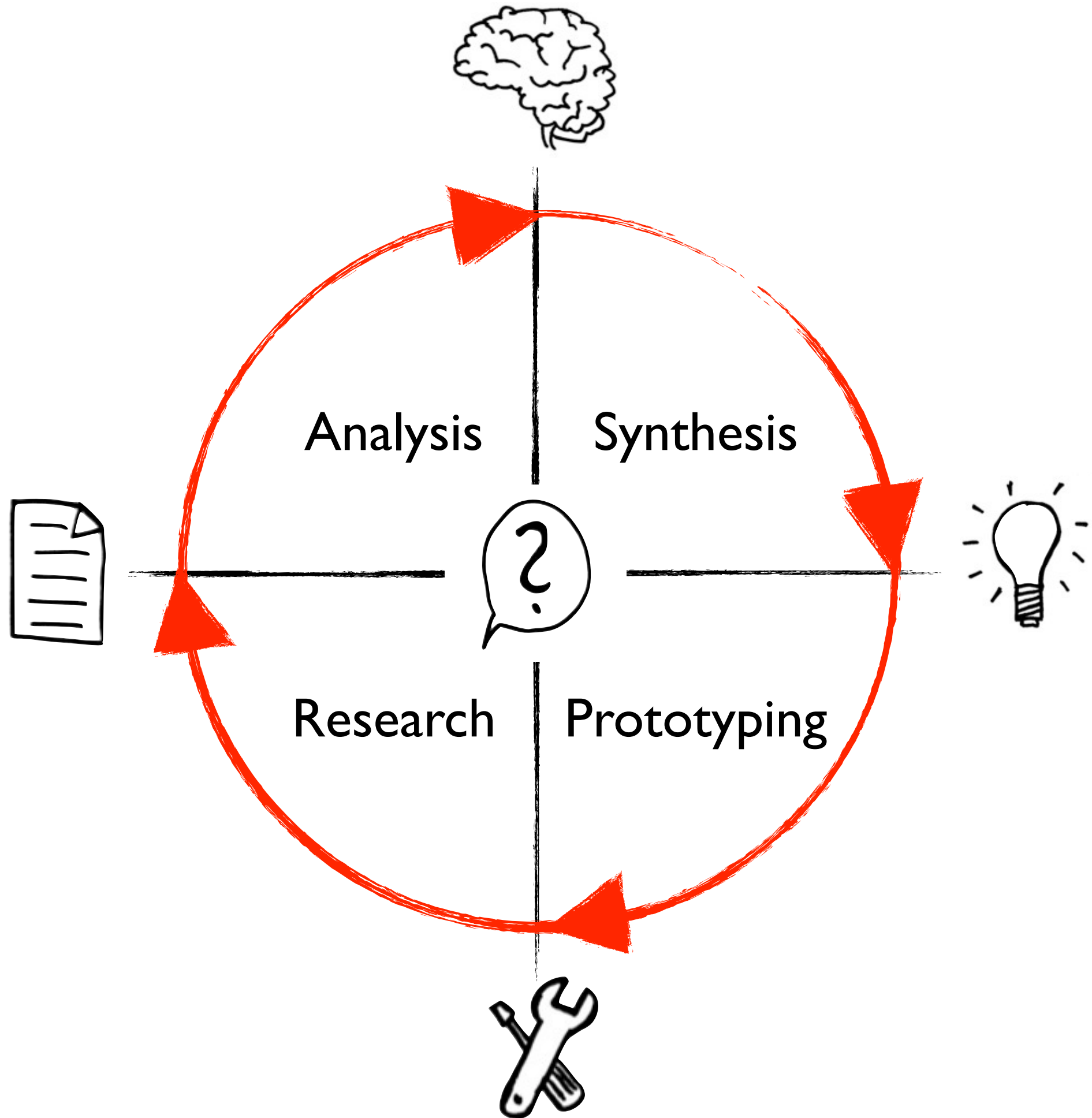
... April 2011, 11:00
Ancient Dynamik
Race Solution

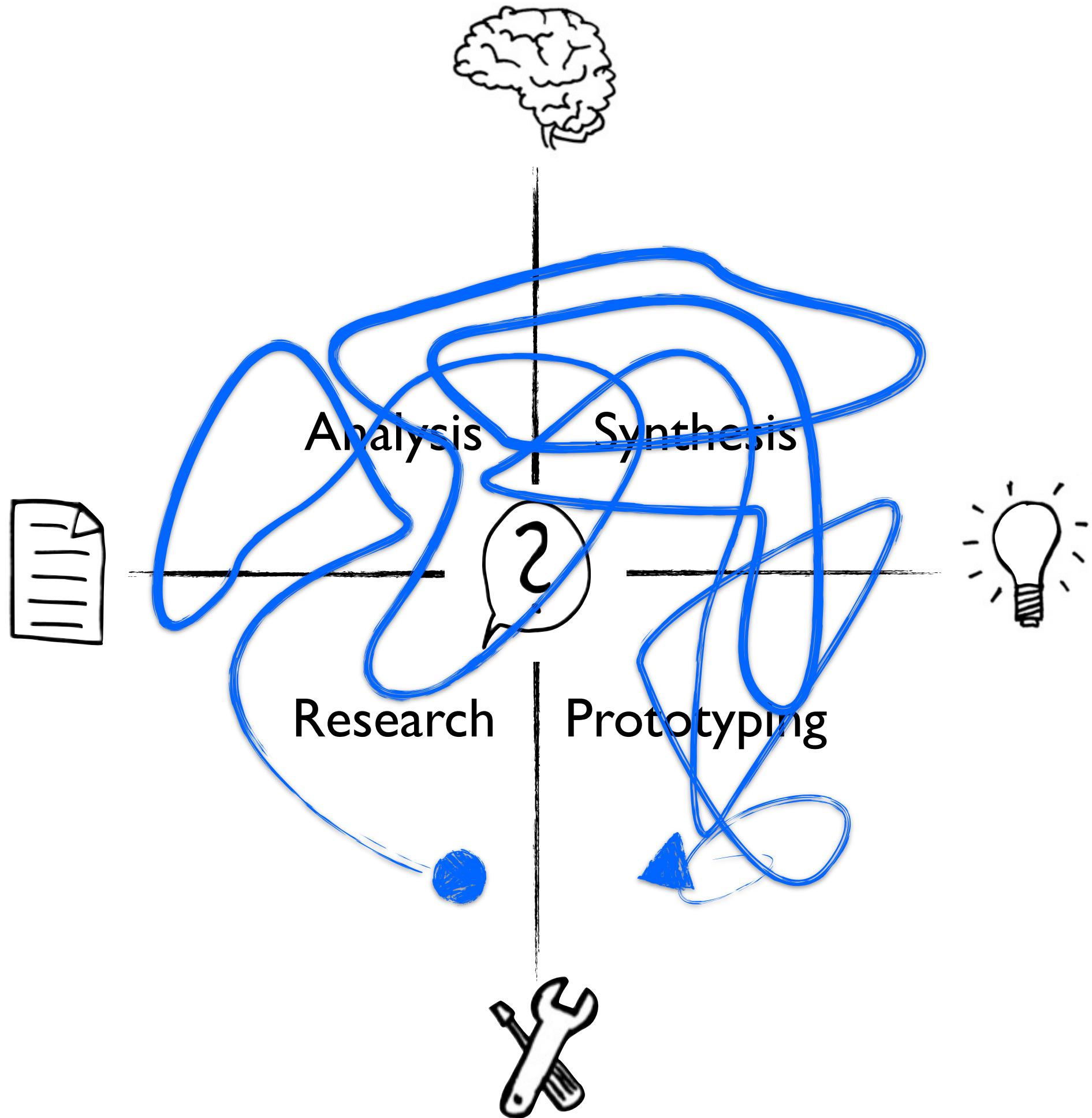
   

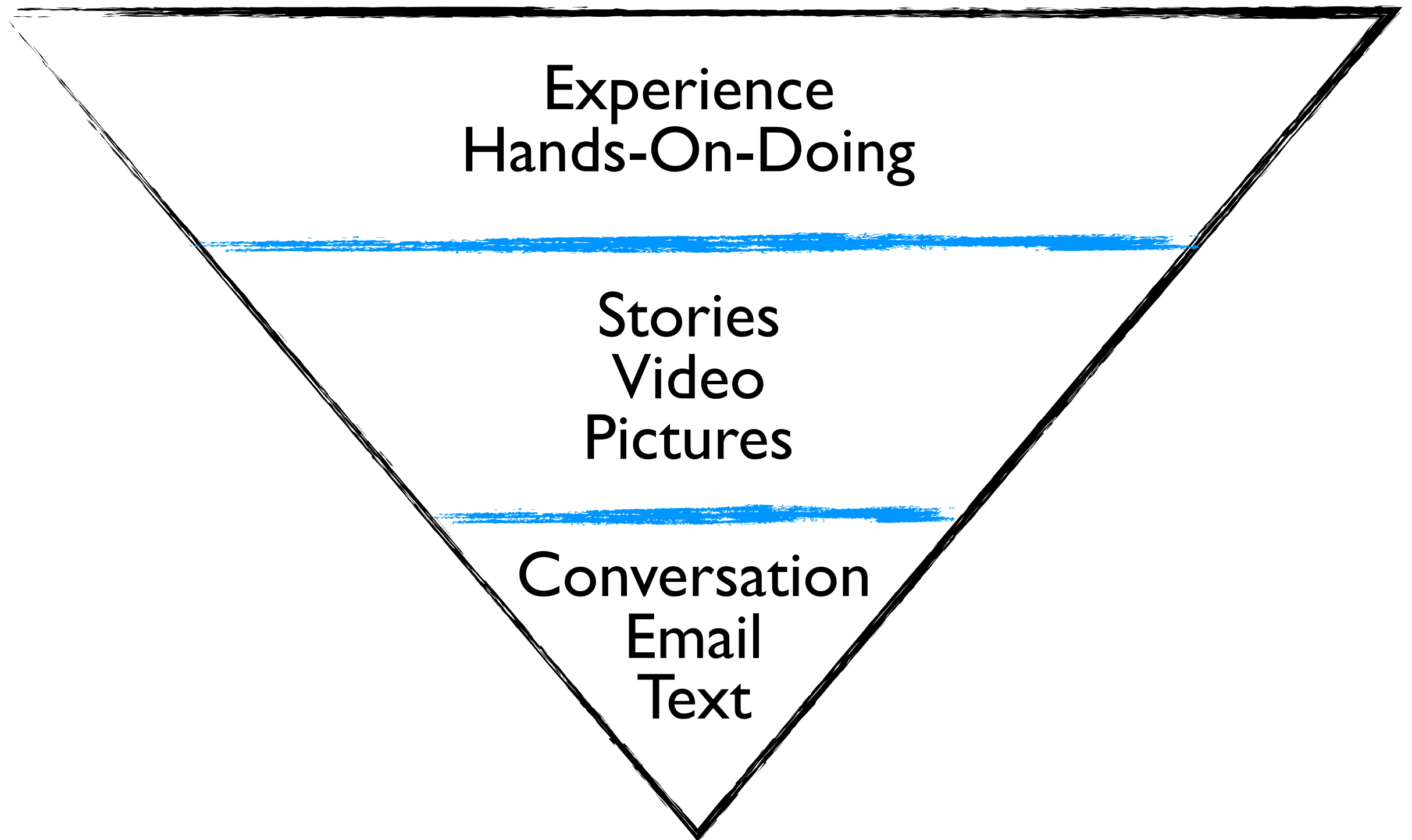












Buy-In-Pyramid



PEOPLE

R

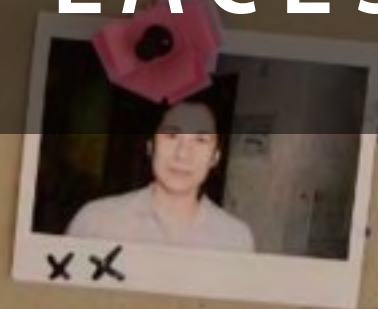
POLITICS

C

PROJECTS

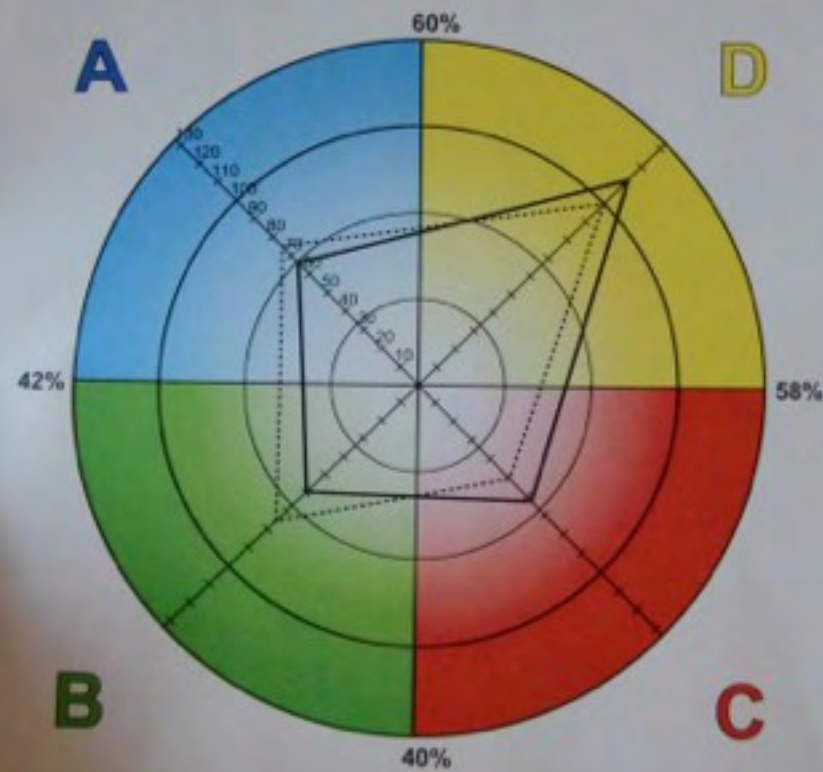
S

PLACES



Work in Teams

Quadrant :	A	B	C	D
Profiltyp :	2	2	2	1
Paarweise Eigenschaften :	6	6	4	8
Profilwerte :	66	59	62	113



— Profil Paarweise Eigenschaften



HBDI+
Profil

HBDI+
Profil

HBDI+
Profil



B

A

B

A



Work in Solitude



Adopt an “Always On” Mindset



50 g

50 g

50 g

50 g

50 g

Markeninhaberin: BO Butter GmbH

www.bobutter.ch

FÜR DIE WÄRMUNG UND KÜHLE KÜCHE
POUR DES MEIS CHAUDS ET FROIDS
PER COCINA CALDA E FREDDA



ISA bodywear

ISA bodywear

protect
ISA



protection against electrical radiation
protection contre radiation électronique
protezione contro radiazioni elettronici

Challenge *your* Comfort Zone





Coach your Colleagues

Block 4: Stock

D D D D D D D D



100 Jahre DDB
1. Platz in Europa
100 Jahre DDB
100 Jahre DDB

"Südliche
Flusschaut"

①
B. Zahl 3x
- SS TV
- Cable
- Satellit

②
4-Wegige Fan
(bei Tisch)
A A A

③
- 100 Jahre
- 100 Jahre
- 100 Jahre



100 Jahre DDB
100 Jahre DDB
100 Jahre DDB

100 Jahre DDB
100 Jahre DDB
100 Jahre DDB

100 Jahre DDB
100 Jahre DDB
100 Jahre DDB

+

Grundriss
Grundriss

TV für und mit
- 100 Jahre
- 100 Jahre

-

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss

Planung

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss

Grundriss
Grundriss







ROCK
GITARRE
E-PIANO

SEIT JAN 2011

KLEINE TV

BARBARA

Qualität ist wichtig

alles hat seinen Preis

NUTZEN

keine technische Affinität

much
REKURSION
mit dem
Fokus

verschieden
per email an
andere

EMAIL
BEWERBUNG

TANZEN
(Baruchtanze)

hat
gerne
einfach

alles aufs
nötigste
reduziert

VERSCHIEDENE
KULTUREN

PROGRAMM HEFT
GEKauft
7 CHF / M
ALLES
IN 1 PACKET



WERTSCHÄTZUNG

SIE HÖREN
MICH ZU

GERNE
PAPIER

RESPEKT

ANERKENNUNG

WAS
NUTZT
MIR
DAS?

SIE HOLEN
MICH AB

DAS
SCHNIE

KLEINE
WELT
bevorzugt

DAS
HASSE ICH

AGGRESSIVES
KUNDEN ANGRIFF

TV = UNTER-
HALTUNG

PROGRAMM
WENIG INHALT

PASSIV
REAKTIV

DAS
BIN
ICH

FRECH
UNSYMPATISCH

TV
→ SCHEINWELT

CRIMI
HEID
KULTUR

ZUFALL
SITUATIONS-
ENTSCHEIDUNG

ELECTR
PROGRAM GUIDE
ZU UNÜBERSICHTLICH

NASSA
GEDANKEN

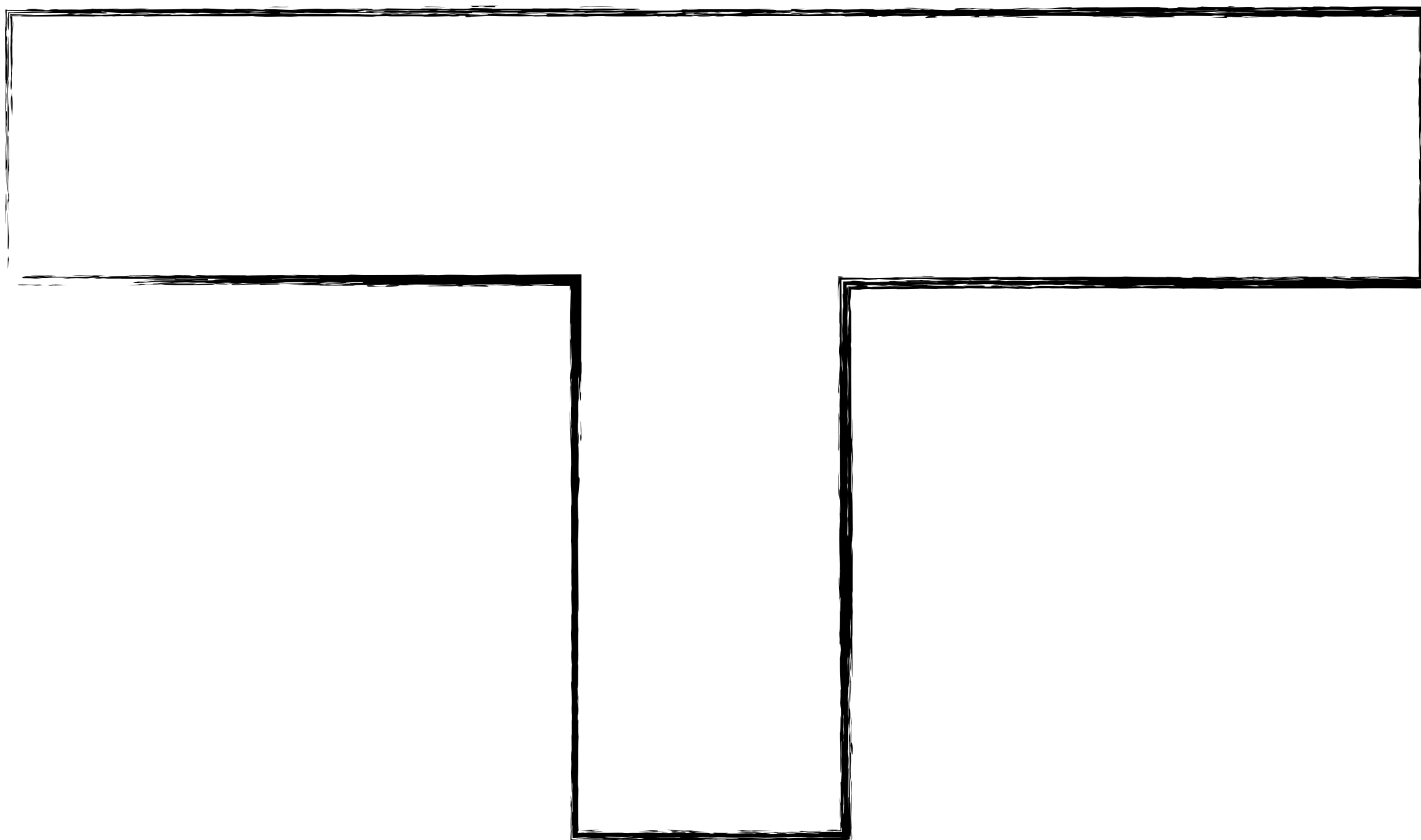
FERNSEH PROGRAM
SCH

SPIEL
FILME

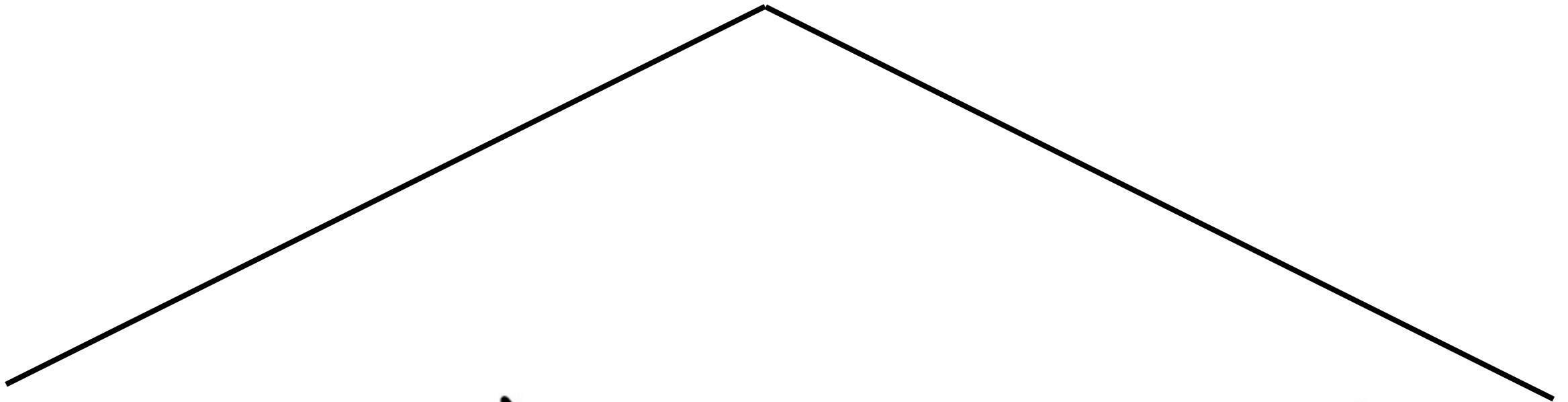
LOKAL
POLITISCHE
THEMEN



Hire for Cultural Fit Not (Only) for Skills



Empower People



Time



Space



Team



Permission



Budget

PEOPLE
R
POLITICS
C
PROJECTS
S
PLACES

真情求缘
18270347090

本广告由律师事务所代理，女士
已交130万保证金，如有违约由律
所承担法律责任。工商号(0013083218)公证号
(20110407366)

(本广告已公证，负法律责任)

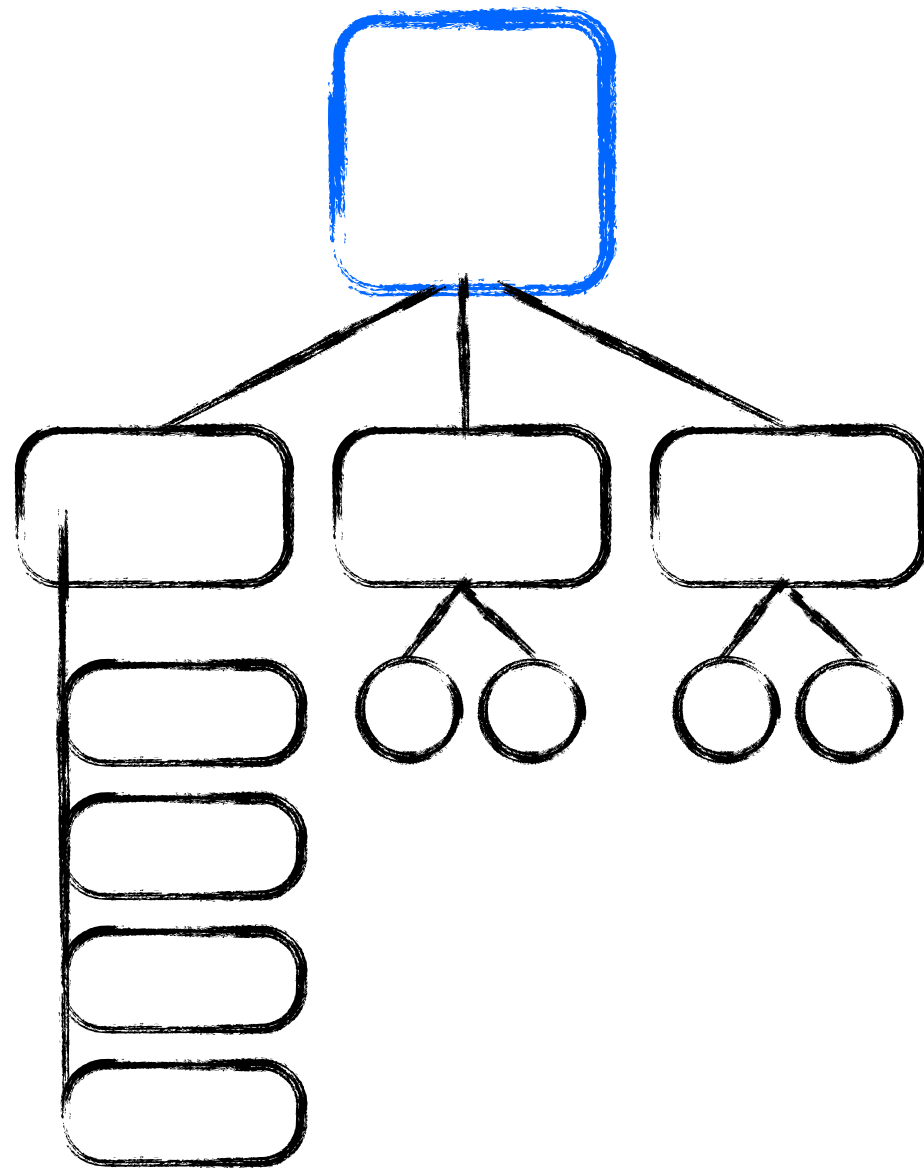


杨洋，29岁，身高
1.65米，丰满迷人，夫香港
富商，因意外失生育能力，
为继庞大家业，经协商
特寻异地品正健康男
士，圆我母亲梦，通话
满意，速汇定金30万，飞你
处见面，有孕重酬100万。
(本人亲谈，不诚勿扰)

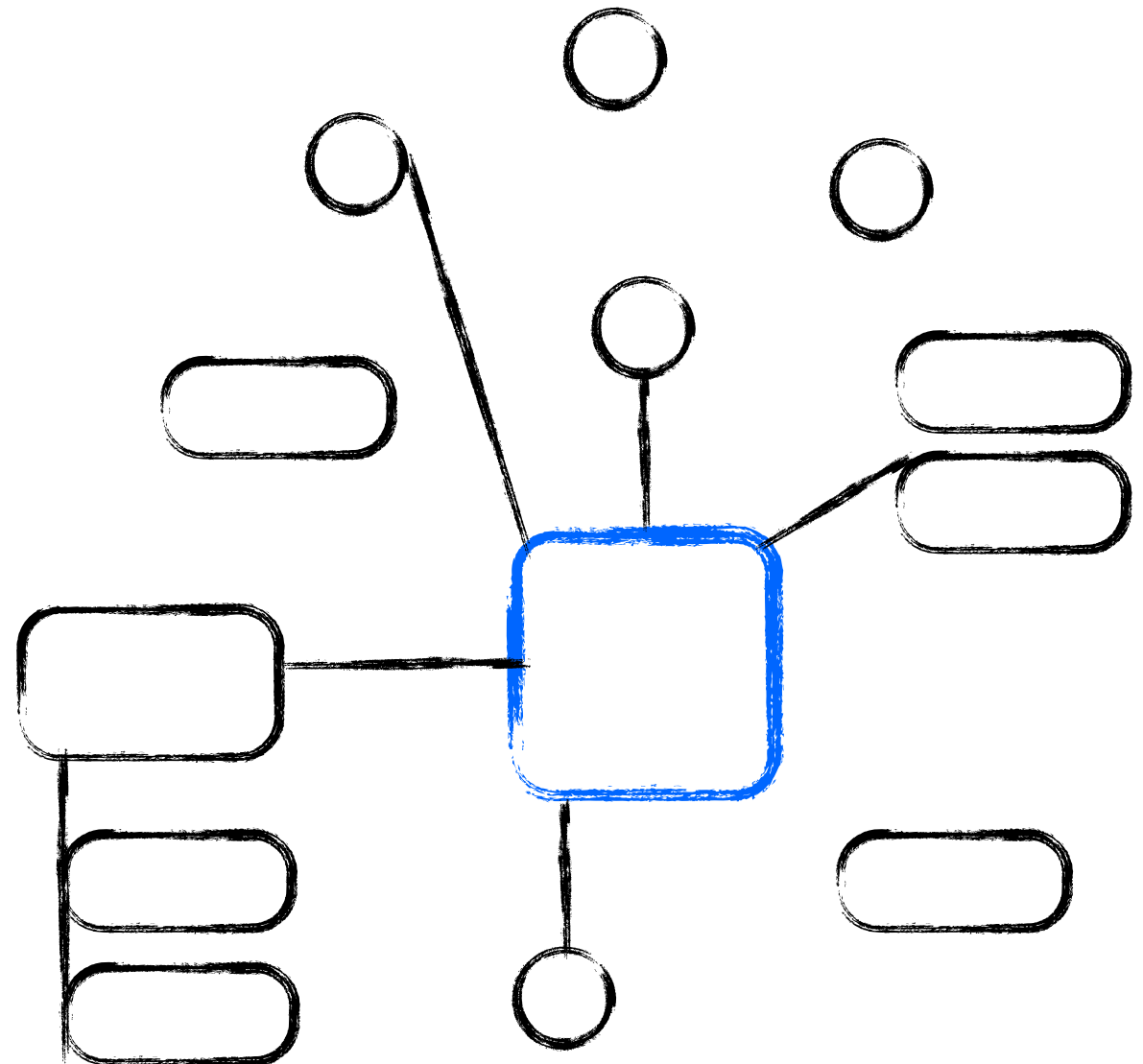
18270347090

Position Yourself Beyond Hierarchy

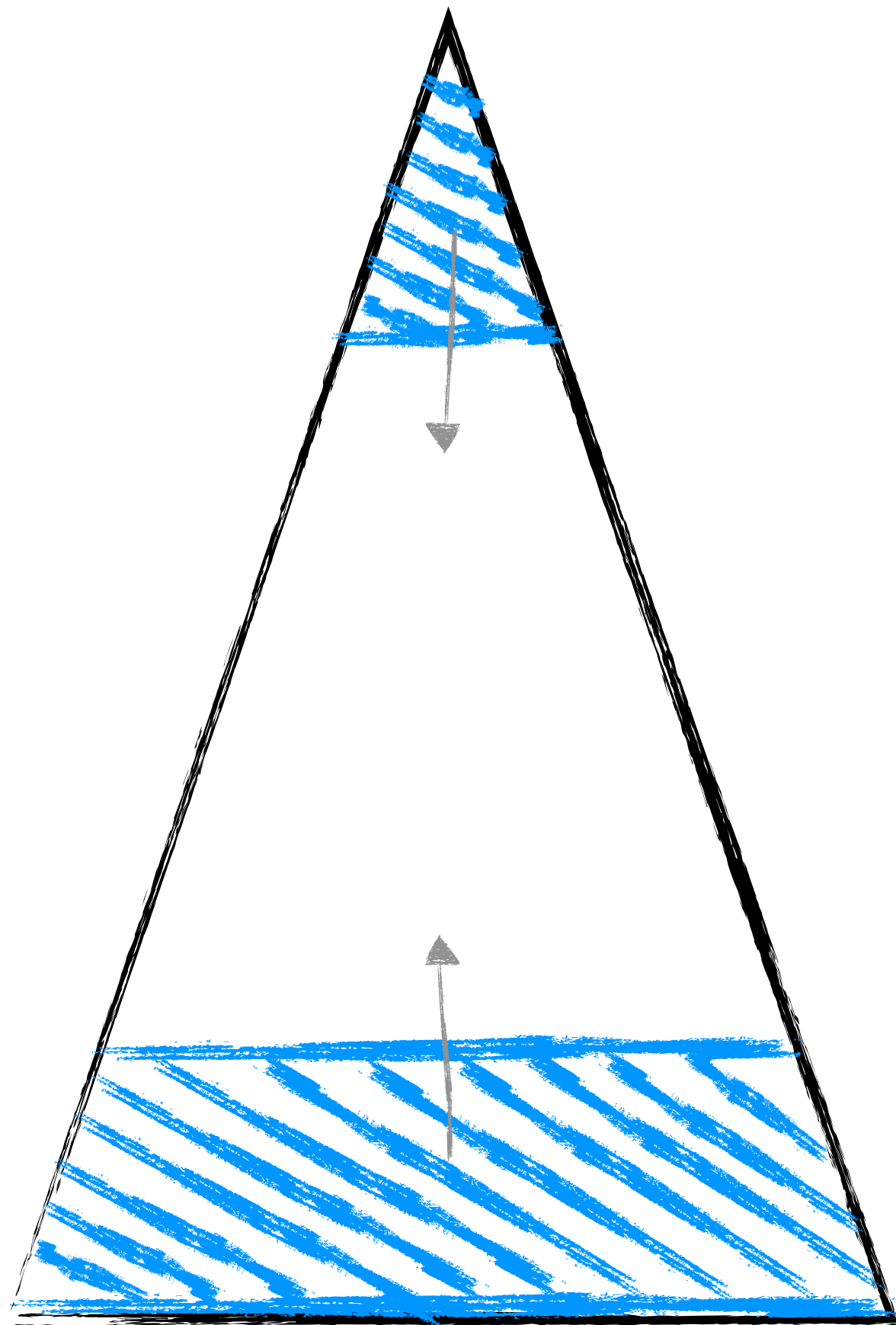
McDonalds Approach



Chinese Restaurant Approach



Lobby for Support



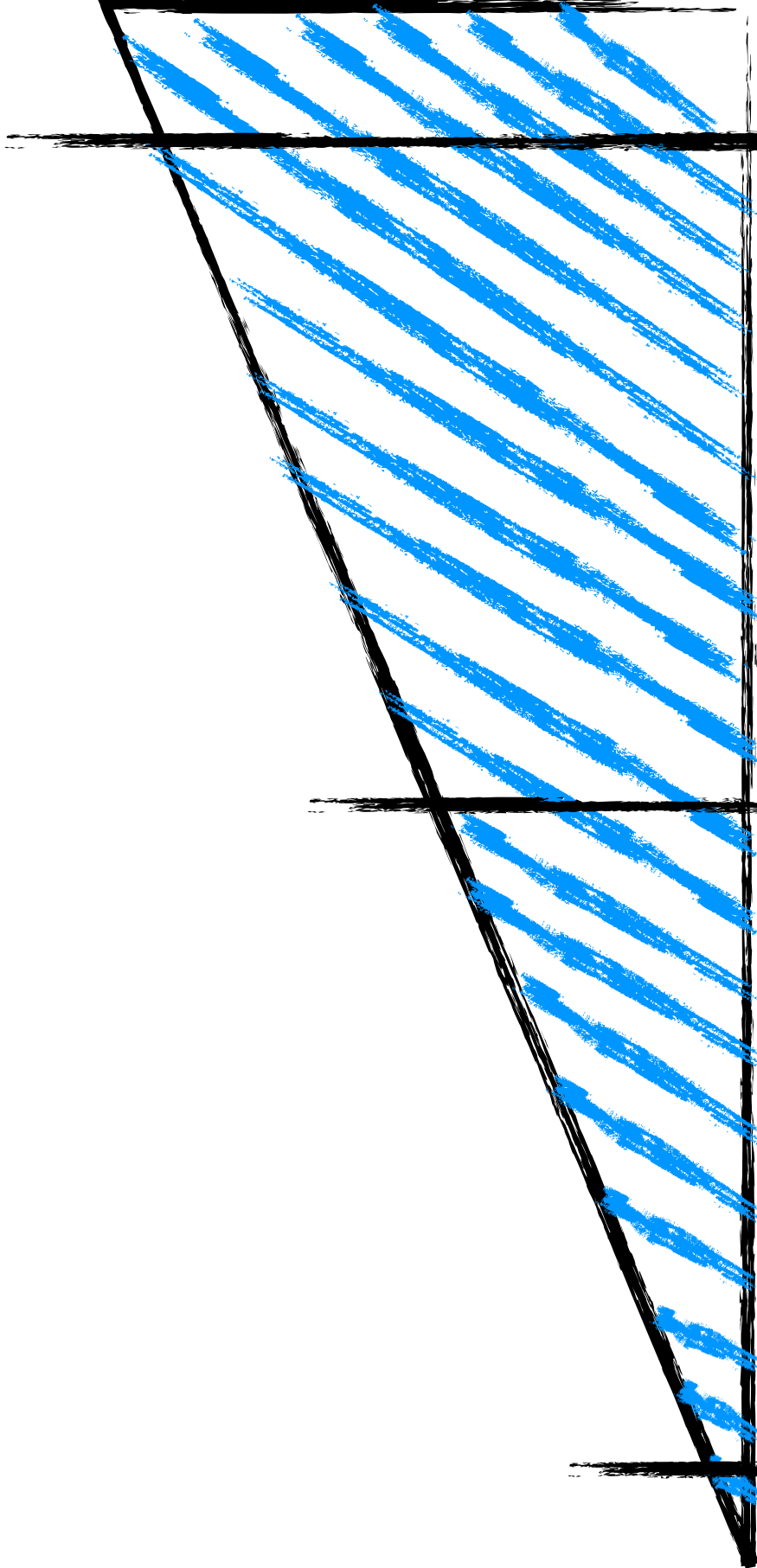
Top-Down

Bottom-Up

A photograph of a wedding scene. A bride in a white strapless gown with a long veil is standing in the center, facing away from the camera. Two photographers are kneeling in front of her, one on the left wearing a purple shirt and a black vest, and one on the right in a dark suit. To the left, another woman in a denim jacket and white skirt is also kneeling, holding a smartphone. The background shows a brick wall and a dark doorway. A semi-transparent dark rectangle is overlaid in the center, containing the text 'PEOPLE', 'R', 'POLITICS', 'C', 'PROJECTS', and 'PLACES' stacked vertically.

PEOPLE
R
POLITICS
C
PROJECTS
S
PLACES

Scale from Small to Strategy



lighthouse projects

incubation projects

pioneer projects

PEOPLE
R
POLITICS
C
PROJECTS
S
PLACES

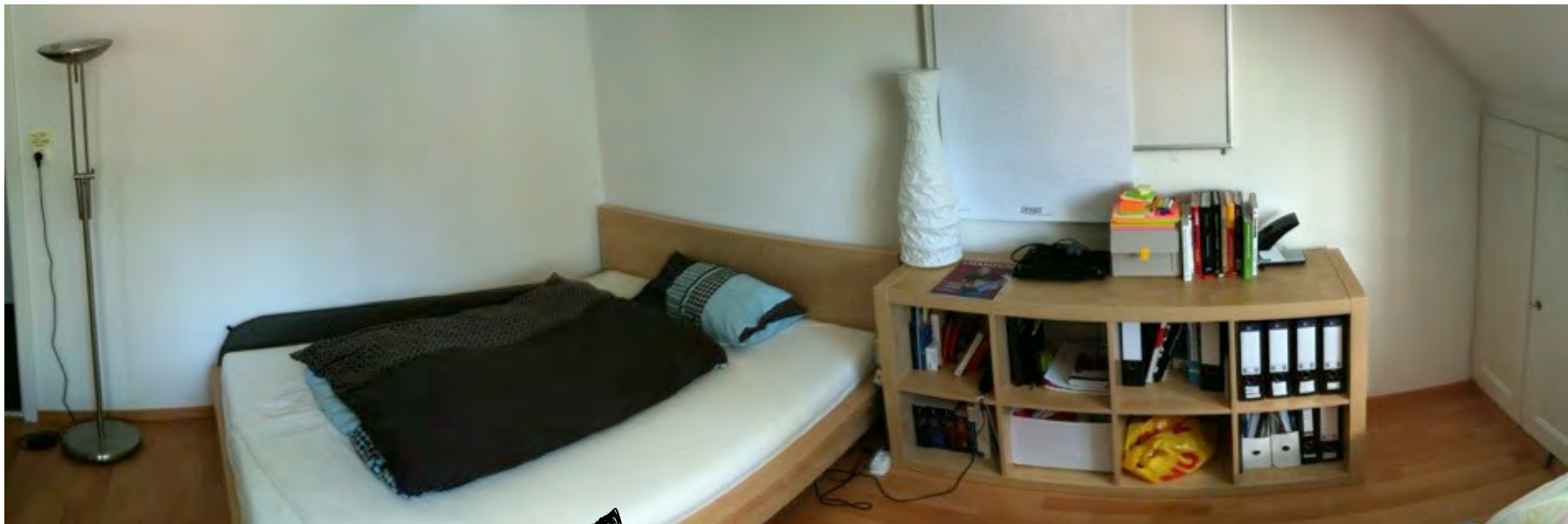
Use and Abuse What You Have Got



Ortsunabhängiges
Arbeiten

Ortsunabhängiges
Arbeiten

Internet und Social
Media Marketing

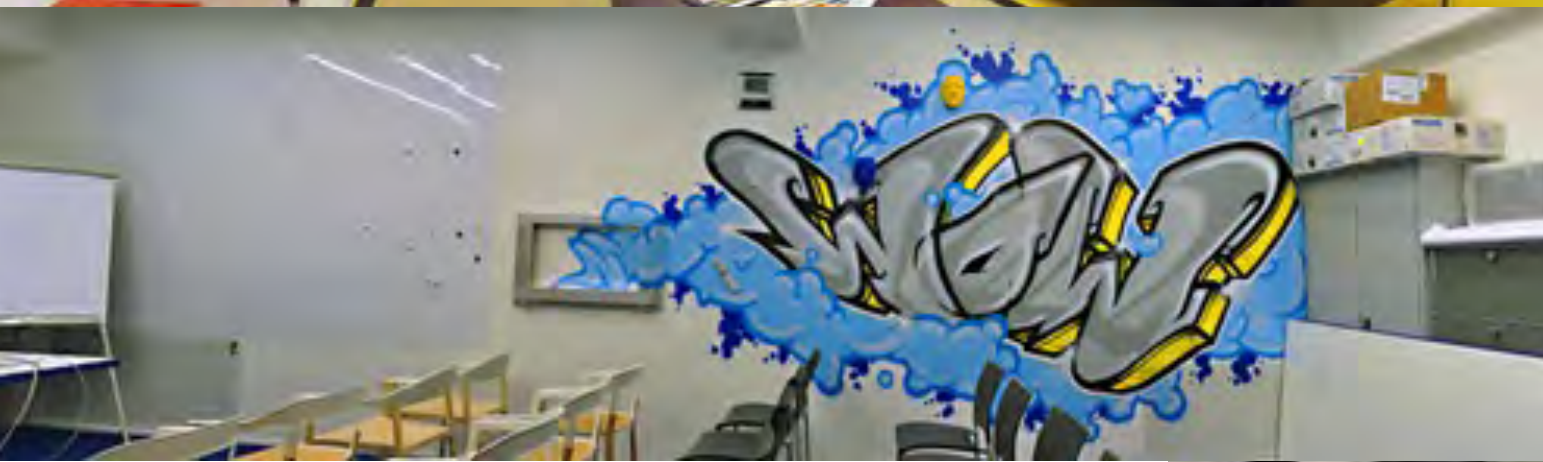


bed-room

war-room



Create Breakout Rooms

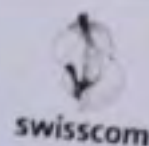


Create a Platform for Your Mission

INITIANTEN & HOSTS

DAS TEAM STELLT SICH VOR

SWISSCOM



Swisscom bietet heute gegenüber seinen Mitstreitern das beste Netz und den besten Service. Aber genügt das heute, um sich am Markt zu behaupten? Das grösste Telekommunikations-Unternehmen der Schweiz sagt «nein». Was in Zukunft zählt, ist das beste Erlebnis. Das heisst, die Angebote müssen einfach und zuverlässig genutzt werden können und auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt sein. Swisscom verfolgt seit 2008 das Ziel, als Begleiter in der digitalen Welt zu den beliebtesten Marken der Schweiz zu werden und als solches näher am Menschen und seinen Bedürfnissen Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln und zu optimieren. Dies mittels dem Human Centered Design-Ansatz.

STIMMT

stimmt.

Stimmt berät seit 1998 Unternehmen und ist spezialisiert auf menschliches Verhalten sowie Interaktionen zwischen Unternehmen und deren Kunden. Stimmt unterstützt grosse Unternehmen, die sich gezielt über das Kundenerlebnis differenzieren wollen. Dazu verbindet Stimmt die ökonomische Unternehmenssicht mit der bedürfnisorientierten Kundensicht. Ziel ist ein konsistentes, im Markt differenzierendes Kundenerlebnis über alle Berührungspunkte zu schaffen und damit für das Unternehmen einen höheren wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen.



BRAINSTORM TEAM



TRIANA HRISTOVA



PHILIPP ERB



ANDREAS ERB



HELMUT HARTNER



ANJA BÄR



HILMAR KUSTER



THERESIA LOH



PRODUCTION TEAM



RAFAEL HILTNERBERGER



JOCHEN KUTZLER

THOMAS





The image shows a man with grey hair and glasses, wearing a white button-down shirt, standing in the foreground and gesturing with his hands while speaking. Behind him is a large projection screen displaying a photograph of three people in a workshop setting. The photo shows a woman in a pink shirt, a man in a blue shirt, and another man in a white shirt working together at a table with various materials. The text 'prototype storming' is overlaid on the photo. The room has stone walls and a large window on the right.

prototype storming

Enhance Places so That People WANT to Work There







Buchtip - livre conseillé - libro consigliato

Nr.	Titel: The Starbucks Experience	Autor: Joseph Michelli
		Abgeber: Jan Mühlhölzer

Worum geht es?
Wie gestalten wir Einkaufserlebnisse? *konzeptionell*

Warum ist das Buch (so) wertvoll?
Starbucks hat 5 Prinzipien aufgestellt, um beste Kundenerlebnisse zu schaffen. Das Buch ist voller konkreter Beispiele wie in einem Shop aus Gewürzkräutern.

Dieses Buch ist für alle, die... *ausgewählte Kunden*
...Einkaufserlebnisse gestalten, welche guten Verkaufserfolg auf zufriedene, kumulative Kundenkontakte setzen.

Buchtip - livre conseillé - libro consigliato

Nr.	Titel: Drive	Autor: Daniel Pink
		Abgeber: Jan Mühlhölzer

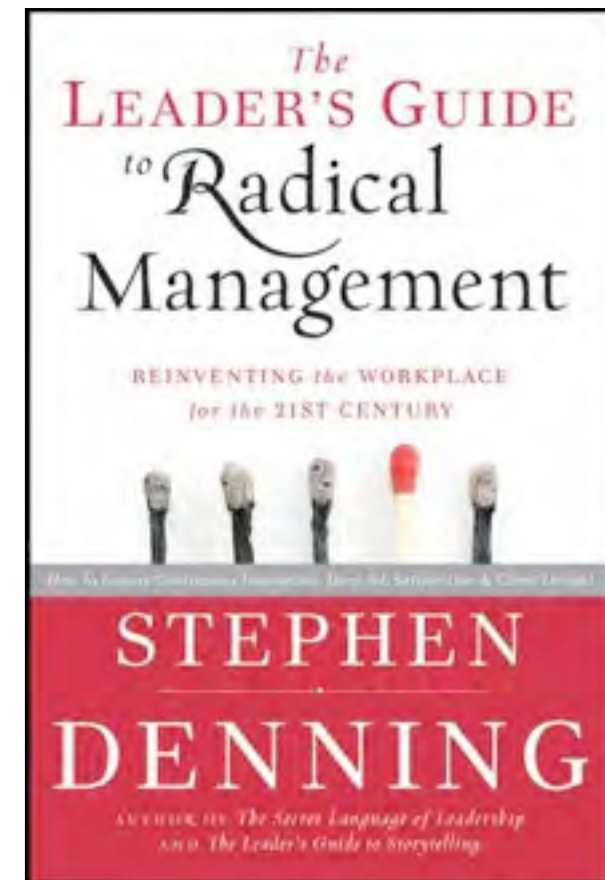
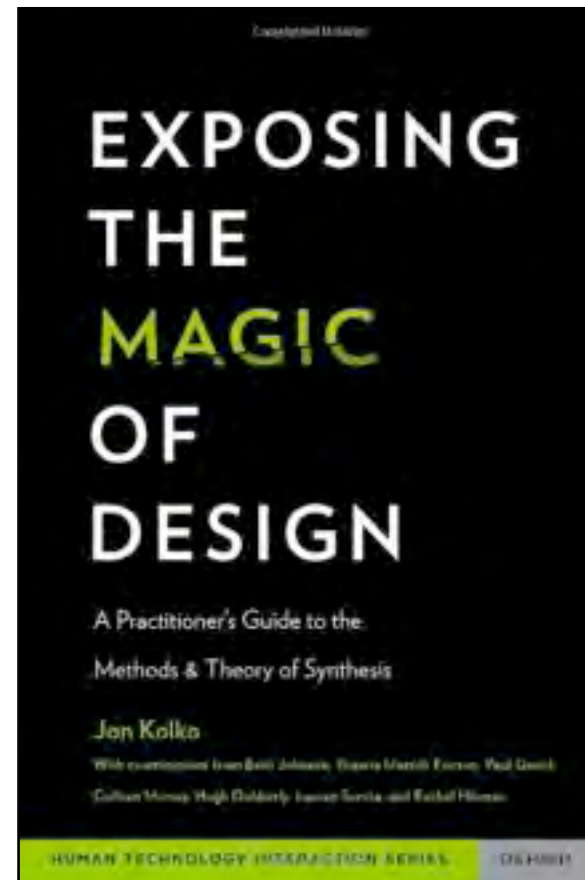
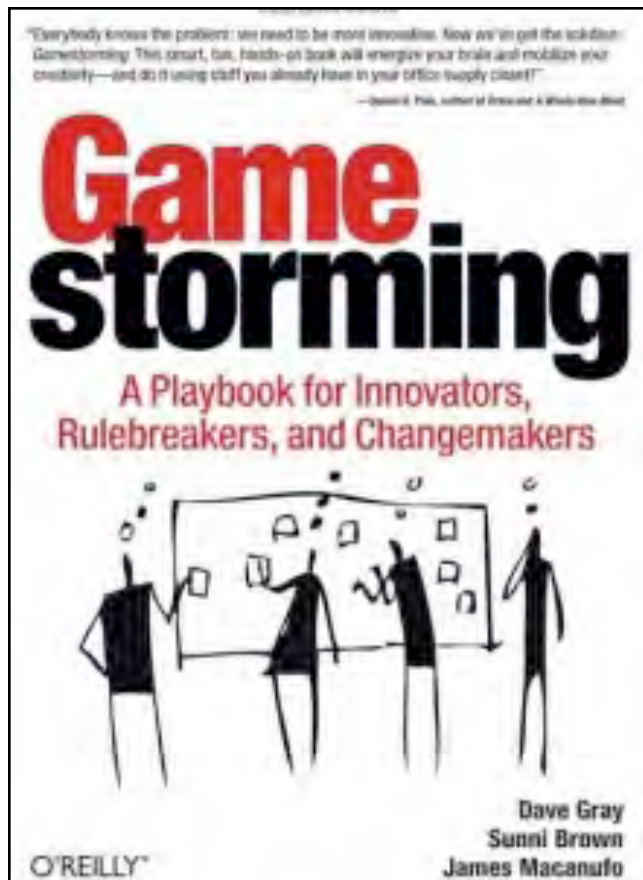
Worum geht es? Was ist notwendig für Motivation - oder was nicht? Wann hat eine Führung, wann die andere Auswirkung?

Warum ist das Buch (so) wertvoll?
Man muss das Buch zu verstehen, weil es Funktionen + Regeln enthält, die immer selbsterfüllend sind. Und es ist eine interessante Lektüre in der die Leser jedes Kapitel eine Aufgabe haben.

Dieses Buch ist für alle, die... Teams leiten, sich selbst motivieren wollen oder sich einfach so für Motivation interessieren.

* Lesende-Personen-Personen

Recommended Books





Stephan Engl
twitter: @stengl
www.stephanengl.com
mail@stephanengl.com