Visuelle Vorlagen zeichnen und nutzen

Bakker

2020
ISBN 978-3-8006-6052-0
Vahlen

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.
beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein

umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Visuelle Vorlagen zeichnen und nutzen

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Bas Bakker

Visuelle Vorlagen

zeichnen und nutzen

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

...für **Moderatoren, Trainer und alle,** die nicht nur Eisberge auf ihren Flips festhalten möchten

Vahlen

Bas Bakker ist Gründer von Unternehmen wie *De Betekenaar, In 20 Stunden TV, Open Coffee Leiden* und zahlreicher weiterer Initiativen. Er ist Triathlet, Kaffeeliebhaber und aktives Mitglied der Dutch Sketchnoting, Graphic Recording und Visual Thinking Community.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Originalausgabe erschien 2017 unter dem
Titel „How to Design Visual Templates“.
© 2017 by Bas Bakker

ISBN Print: 978 3 8006 6052 0
ISBN E-Book: 978 3 8006 6053 7

© 2020 Verlag Franz Vahlen GmbH,
Wilhelmstr. 9, 80801 München
Satz: Fotosatz Buck
Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen
Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH
Am Fliegerhorst 8, 99947 Bad Langensalza
Umschlaggestaltung: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie
In Anlehnung an die Originalausgabe

CO_2 neutral
vahlen.de/nachhaltig

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Die Kraft visueller Vorlagen 9

Kapitel 2: Wie man eine visuelle Vorlage gestaltet 15
Zuerst der Inhalt 16
Der Designprozess 17

Kapitel 3: 99 visuelle Vorlagen 25

Ideen & Pläne
Pläne machen: Wer, Was, Wann 27
Der nächste Schritt 28
Wie Du deine Idee anhand von sieben Fragen präzisierst 29
Welche Auswirkungen hat deine Idee? 30
Wie Du von vielen zu den dringenden Ideen kommst 31
Was sagt Dein Gehirn dazu? 32
Sieben Fragen zu einer Idee 33
Umsatzmodelle: Business Model Canvas 34
Einen konkreten Produktplan entwerfen 35
Ein Parkplatz für Ideen 36
Was würdest du mit einer Million Euro tun? 37
Erkenne den Aufwand und die Wirkung einer Idee 38
Verschiebe nicht 39
Vermeide Prokastination, gehe kleine Schritte 40
Denke groß, handle klein 41
Setze Dir Fristen 42
Plane dein Projekt mit einer Roadmap 43
Denke groß 44
Eine Idee mit einem Video spezifizieren 45

Projekte & Produkte
Ein Produkt einführen 46
Probleme sichtbar machen 47
Drei mutige Schritte im Projekt 48
Was passiert gerade? 49
Abschließende Bewertung eines Projektes 50
Goldener Baum: das Warum, das Wie und das Was 51
Projektüberblick 52
Go oder No-Go 53
Value Proposition 54
Was kann schiefgehen? 55
Das große Ganze 56
Projektfokus 57
Wie Du das Scheitern großer Projekte vermeiden kannst 58
Große Projekte vorantreiben 59

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Wie du vage Produktbeschreibungen vermeidest 60
Werde dir der Risiken eines Projektes bewusst 61
Wie geht es voran? 62
Visualisiere die Kosten und Erlöse Deines Geschäftsmodells 63
Projekte in Bewegung halten 64

Prioritäten & Entscheidungen

Wo geht all die Zeit hin? 65
Eine Wahl treffen 66
Wofür bist Du bereit zu kämpfen? 67
Projekte priorisieren 68
Was sind deine energiezehrenden Aufgaben? 69
Schärfe deinen Blick 70
5x Warum 71
Das Pareto-Prinzip 72
Ein Wahl zu treffen muss nicht schwer sein 73
„FXXX it“-Liste 74
Sind deine täglichen Aufgaben wirklich wichtig? 75
Arbeite intelligenter, indem Du deine Gewohnheiten kennst 76
Konzentriere dich auf das Ergebnis, nicht auf die Entscheidung . . . 77

Kunden & Community

Wie sieht deine Community aus? 78
Eine gute Geschichte mit einem Storyboard gestalten 79
Welche Auswirkungen hat dein Geschäft? 80
Finde Deinen Kunden 81
Entwickle eine dramatische Geschichte 82
Wie Du deine Mailingliste vergrößerst 83
Bei Kunden im Gedächtnis bleiben 84
Löst du ein Problem oder einen Wunsch deines Kunden? 85
Dein erster Kunde 86
Mache den Kunden wieder zum Mittelpunkt Deines Handelns . . . 87
Wer sind Deine wichtigen Kunden? 88
Kennst Du Deine Zielgruppe? 89
Eine gute Kundenbeziehung 90
Vom Wettbewerb lernen 91
Kennst Du Deine Stakeholder? 92
Denke differenzierter über Funktionen und Nutzen nach 93
Der Verkaufs-Tunnel 94
Gewinne Fans 95

Meetings & Zusammenarbeit

Ambition sichtbar machen 96
Zeit für (spannungsbasierte) Meetings 97
Aha-Momente festhalten 98
Wer ist wer? 99

beckshop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Mit dem Eisberg verborgene Dinge sichtbar machen 100
+ / – Kenne die Vor- und Nachteile einer Entscheidung 101
Übersicht über verschiedene Teams und Projekte 102
Fokus 103
Finde heraus, wer dir Kraft gibt und wer nicht 104
Feedback erfassen und daraus lernen 105
Wie Du in Meetings zu Ergebnissen kommst 106
Zeige Deine Arbeit 107
Feiere Erfolge mit der „Erledigt-Liste“ 108
Verschaffe Dir einen Überblick über die Internetaktivitäten deines Unternehmens 109
Was denkst Du, wie fühlst und handelst Du? 110
Wie Du helfen kannst, die Fähigkeiten Deines Teams weiterzuentwickeln 111

Ziele & Zukunft

Kenne den Unterschied zwischen Ziel und Richtung 112
Auf dem Weg zum Ziel 113
Big Hairy Audacious Goal 114
Wege zum Ziel 115
Formuliere gute und konkrete Ziele 116
Lege eine Pause ein und reflektiere Ergebnisse 117
Wie lautet Deine Vision? 118
Pitch 119
Deine Mission 120
Formuliere Deine Mission kurz und bündig 121
Brauchst Du Geld? 122
Dein Jahresziel 123
Über den Tellerrand schauen 124
Die Zukunft visualisieren 125

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG