

DESIGN THINKING FÜR DIE KOMMUNIKATION

Design Thinking bietet die Möglichkeit, komplexe Probleme kreativ und strukturiert zu lösen. Dabei werden konkrete Produkt- und Service-Ideen entwickelt, um Problemstellungen aus Sicht des Kunden zu lösen. Aber wie gelingt es, den Blick seiner Kunden einzunehmen, um daraus nutzerzentrierte Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, die langfristig und nachhaltig wirken? Sie möchten sich ein besseres Verständnis für Ihre Kunden und deren Bedürfnisse aneignen? Sie wollen Innovationen in Ihrem Unternehmen schneller und kostengünstiger realisieren? Dieser Media Workshop zeigt Ihnen, wie Sie Design Thinking in Ihrem Unternehmen anwenden, um im Team innovative, erfolgsversprechende Ideen zu entwickeln und umzusetzen.

Themenschwerpunkte

- Begriff Innovation und Innovationsarten
- Produkte, Services und Dienstleistungen kundenorientiert entwickeln
- Nutzen und Notwendigkeit
- Bedürfnisse verstehen und aufspüren
- Kundenzufriedenheit steigern, Innovationspotentiale erkennen
- Methoden, Tools und Phasen des Design Thinking
- organisatorische und technische Voraussetzungen
- Design Thinking in die Unternehmenspraxis integrieren

Lernziele

Im Seminar durchlaufen Sie alle Schritte des Design Thinking Prozesses. Sie wissen, wie Sie die Innovationsmethode Design Thinking anwenden, um sinnvolle Prozesse, Produkte und Services mit sofortigem Nutzen für Ihre Kunden und Nutzer zu entwickeln. Sie erfahren, wie Sie die Kreativität in Ihrem Team fördern und eine kreative und offene Haltung gegenüber Innovationen bekommen.

Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an Mitarbeiter und Führungskräfte aus Agenturen und Kommunikationsabteilungen, die für die konzeptionelle und strategische Entwicklung neuer Services verantwortlich sind.
- Kurs für alle, die mit Hilfe von Design Thinking neue Ideen und Innovationen, Produkte oder Services in ihren Unternehmen kosteneffizient entwickeln möchten.

Referent

Prof. Michael Schwertel

Prof. Michael Schwertel (Jahrgang 1973) ist Dozent, Produzent, Kreativer und hält Workshops und Vorträge. Seit 2011 hat er eine Professur für Medienmanagement an der Cologne Business School und leitet den Fachbereich mit Schwerpunkt Crossmedia. Er beschäftigt sich intensiv mit verschiedenen Medien wie z.B. Gestaltungen für das Kino, TV-Werbung, Kurzfilme, Realtime- oder interaktive Anwendungen im Internet. Er gilt als praktischer Pionier in den Medien-Gebieten Digitale Bildbearbeitung, HDTV, Stereoskopie und Augmented Reality. Zu seinen Auftraggebern zählen u. a. T-Com, Deutsche Bahn, ZDF, ARD, WDR, RTL, Sat.1, ntv und Bertelsmann. Sowohl während als auch nach seinem Studium an der Kunsthochschule für Medien war er als Medienunternehmer tätig (blurmedia, Power-Toons). Er produzierte und vermarktete eigene Produkte und Gestaltungen.

Design Thinking für die Kommunikation

Uhrzeit: von 10:00 bis 17:30 und von 09:00 bis 16:30 Uhr

Teilnehmer: max. 12 Personen

Termine: 15. bis 16.11.2018 in Hamburg 980,00 Euro