

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Jim Kalbach	11
Einleitung: Ist dieses Buch für mich?	13

Kapitel 1: Wie CFI aus Ihnen einen Wachstumsarchitekten macht

Welche Business-Herausforderungen kann ich mit CFI lösen?	17
Die Grundüberzeugung eines Wachstumsarchitekten: Wachstum dank mehr Wert für die Kunden	24
Im Kern von CFI: Die Jobs-to-be-done-Logik	31
Der CFI-Prozess in Kürze	36
1. FRAME	37
2. DISCOVER	37
3. SPIN	37
4. ACT	38
Wachstumsarchitekt Marco de Polo: «Insights unite, solutions divide.»	39

Kapitel 2: Der CFI-Prozess im Detail

FRAME	47
Zweck von FRAME	47
Die Anwendung der Jobs-to-be-done-Hierarchie	53

Fallstudie AMC (Teil 1): Framing für Töpfe und Pfannen?	54
Diskussion: Wie hängen Customer Journeys und Jobs-to-be-done zusammen?	56
DISCOVER	58
Zweck von DISCOVER	58
Was ist eine Jobmetrik?	58
Schritt 1: Qualitative Tiefeninterviews, um Metriken herauszukitzeln	61
Tipps und Tricks für Jobs-to-be-done-Interviews	64
Das Jobmetrik-System für die Quantifizierung erstellen	65
Diskussion: Wie integriert man Lösungsfeedback in ein Jobs-to-be-done-Interview?	67
Wachstumsarchitektin Mirjam Reber: «Ich folge meinem Lebensmotto: Neugierig bleiben und in Bewegung sein.»	68
Schritt 2: Quantitative Datenerhebung und Priorisierung	72
Die Kunden-Value-Map	73
Der Job-Journey-Navigator	76
Fallstudie AMC (Teil 2):	78
Bedürfnisorientierte Segmentierung	79
Fallstudie MyPension: Bedürfnisorientierte Segmentierung dank Clusteranalyse	79
Diskussion: Was ist mit Personas?	80
Wachstumsarchitekt Adrian Nösberger: «Neugierig bleiben, nie aufgeben und immer neue Wege gehen.»	82
SPIN	84
Zweck von SPIN	84
Modul Pain-Matching: Auf die richtigen Pferde setzen	85
Die interne Sicht mit der Kundensicht abgleichen	86
Wie führt man ein Pain-Matching durch?	87

Fallstudie Promethean (Teil 1): Von 100 Feature-Ideen zu zehn Gewinner-Ideen	89
Modul Value Proposition: Überzeugungskraft schaffen	90
Value Propositions mit durchschlagender Wirkung entwickeln	91
Wie erstellt man die Value Proposition nach CFI	92
Fallstudie Promethean (Teil 2): Ein Klick und die volle Aufmerksamkeit ist da	95
Aktivierung: Die Organisation für die Ergebnisse begeistern	97
 Wachstumsarchitekt Markus Dobbelfeld:	
«Wenn ich mein Leben noch einmal leben könnte, würde ich wieder die gleichen Fehler machen.»	99
 ACT	
Zweck von ACT	105
Fallstricke bei der Umsetzung	106
Lösungstests nach CFI	109
 Wachstumsarchitekt Stephan Peyer:	
«Für mich heißt Innovation: Unruhe stiften. Ich bin die Unruh, wie bei einer Uhr.»	114
 Kapitel 3: CFI für Start-ups	
Wie passt CFI zu Start-ups?	123
Das «Valley of Death» überwinden	127
Herausforderung Verhaltensänderung	129
Wer ist überhaupt unser Kunde?	131
Welches Problem lösen wir eigentlich?	133
Wachstumsbeschleuniger für Start-ups	135
 Wachstumsarchitektin Myriam Lingg:	
«Wir selbst wachsen – von der Persönlichkeit und über die Skills.»	137

Kapitel 4: Ihr Weg als Wachstumsarchitekt beginnt jetzt

Der erste Schritt: Die Menschen hinter den Kunden	145
Integrieren Sie Jobs-to-be-done und CFI in Ihre Denkweise	146
Verankern Sie Jobs-to-be-done in der DNA Ihres Unternehmens	147
Werden Sie zum Gestalter des Wandels	148
Wir danken unseren Wachstumsarchitektinnen und -architekten	149

Anhang

Anmerkungen	152
Literaturverzeichnis	154
Stichwortverzeichnis	155
Die Autoren	159