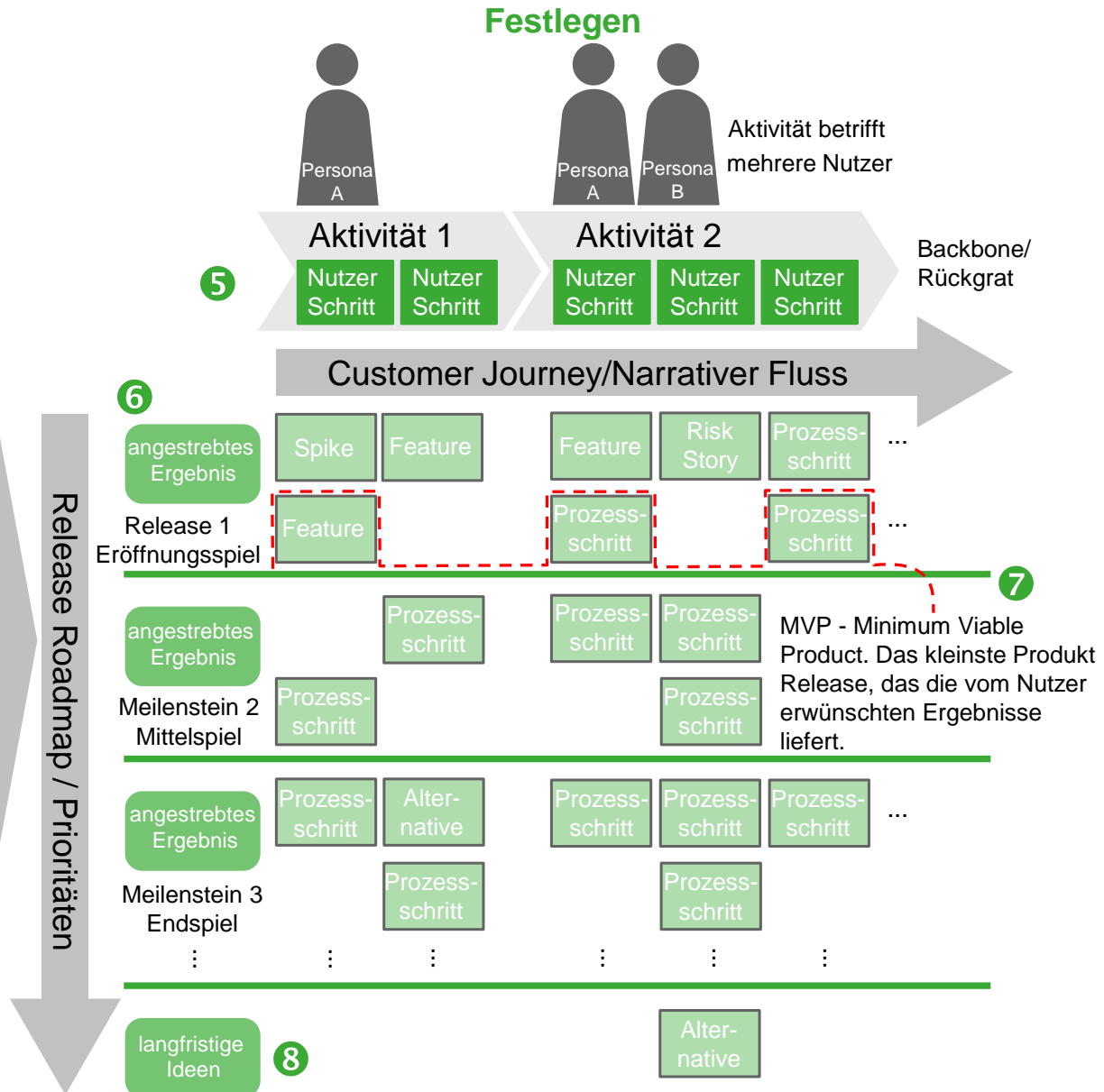
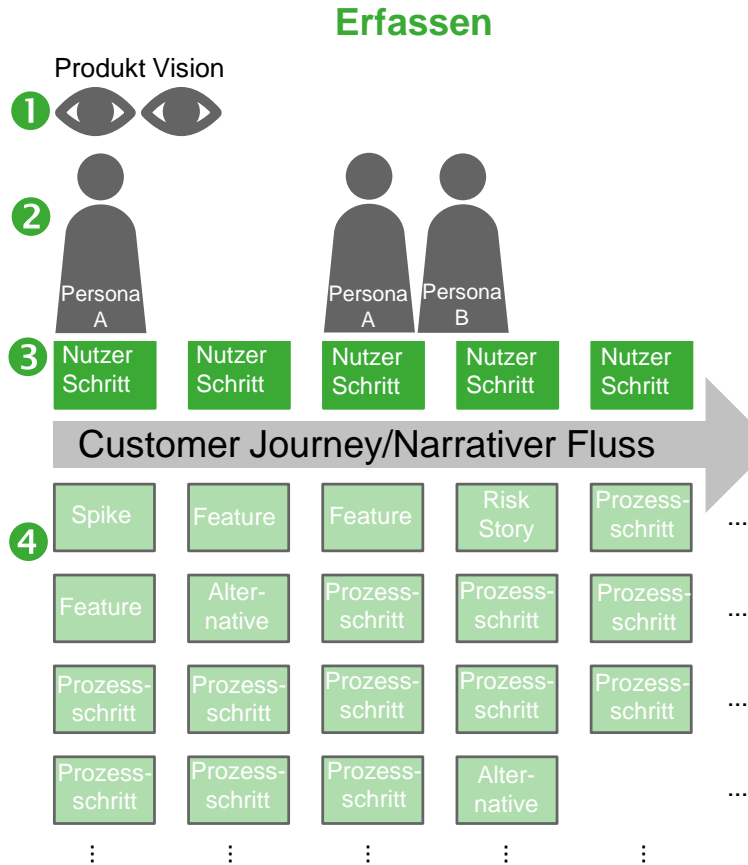


Der Weg zur Story Map:

Erfassen

- 1 Klärung, welches Ziel die Nutzer erreichen möchten und welches Problem gelöst werden soll.
 - 2 Identifikation der wichtigsten Nutzer, die das Produkt nutzen werden.
 - 3 Ermittlung der Customer Journey, mit den einzelnen Nutzungsschritten als narrativer Fluss von links nach rechts.
 - 4 Aufspaltung der einzelnen Nutzerschritte in detailliertere Einzelschritte von passender Größe auch Alternativen, Risk Stories, ...).
- ### Festlegen
- 5 Zusammenfassung der Nutzerschritte, die sich auf ein gemeinsames Ziel beziehen, zu Aktivitäten.
 - 6 Zuordnung der Einzelschritte entsprechend der angestrebten Ergebnisse zu sinnvollen Meilensteinen bzw. Releases (nicht jedes Release muss ausgeliefert werden).
 - 7 Ggf. Definition eines Minimum Viable Product (MVP).
 - 8 Festhalten langfristiger Ideen und Möglichkeiten des Produkts.



- Vorteile:**
- Gemeinsames Verständnis von den Dingen die wir tun möchten; Lücken aufdecken
 - Ideen und Features erarbeiten und überblicken, Big Picture
 - Mögliche Releases planen mit einem ersten MVP
 - Übersicht über unterschiedliche Nutzerrollen - Nutzerzentrierung