

Design Sprint Brief **Storytelling**

Challenge

Was ist die Business-Herausforderung vor der Sie stehen und was ist, davon abgeleitet, die Herausforderung an das Storytellingteam?

- > Definieren Sie die Aufgabe, die der Design Sprint lösen soll
- > Teilen Sie uns den Gesamtzeitraum der Story-Entwicklung mit

Ergebnisse

Bestimmen Sie die Art des Outputs sowie den gewünschten Qualitäts- und Entwicklungsgrad des Story-Piloten. Beispiele:

- > Digital User Journeys / User Experience
- > Websites, Social Web & Mobile Storytelling
- > Images
- > Videos & Film
- > Audio
- > Narratives, Plots, Plays
- > Brandings
- > Events & Präsentationen

Listen Sie genau auf, welche Medien, welche Assets Sie am Ende des Sprints in den Händen halten wollen.

Location

Findet der Design Sprint bei squirrel statt, engagieren und präparieren wir adäquate Produktionsmittel und Settings. Unsere Sprints finden aber nicht per se in der Agentur statt: Wenn Kunden z.B. Zugriff auf Produktionsstudios haben, halten wir Design Sprints natürlich auch dort ab. Für Kunden, die diese Möglichkeit nicht haben, aber gerne hätten, fragen wir auf Wunsch passende Studios und Produktionstechnik an.

Teilen Sie uns ggf. Ihre eigenen möglichen Production-Ressourcen sowie Ihre favorisierte Location mit.

Gewünschter Launch

Wann soll das Stück, das wir entwerfen live gehen oder sonstwie veröffentlicht werden?

Next Ressources

Teilen Sie uns mit, wie die weitere Entwicklung und die Implementierung nach dem Design Sprint geplant sind. Stehen diese Ressourcen bereits, und auf was müssen *wir* besonders achten?

Barrieren

Gibt es einen kritischen Erfolgsfaktor? Mit was steht und fällt der Erfolg des Design Sprints oder des gesamten Projekts?