

# Usability & Ästhetik

Übung 2

sommersemester 2021

- **Ursprung:** Antike Maske der Schauspieler, die die Rolle typisierte und gleichzeitig als Schallverstärker diente
- Nutzermodell einer Gruppe von Menschen mit konkreten Merkmalen und Verhaltensweisen
- Charakterisieren Benutzer in einer bestimmten Rolle
- Konzept lebt von Flexibilität und Kreativität
  - Erwartungen an eine neue Lösung
  - Verhaltensmuster und Vorgehensweisen
  - Werte, Ängste, Sehnsüchte und Vorlieben
  - Beruf, Funktion Verantwortlichkeit und Aufgaben
  - Fachliche Ausbildung, Wissen und Fähigkeiten
- **Datenquellen:** Umfragen, Interviews, Beobachtungen, demografische Statistiken, Perspektivenwechsel, etc.

# beispiel persona

In diesem Beispiel ist Frank Founder mit seinen Eigenschaften strukturiert dargestellt

## Hintergrund

- Geschäftsführer der Founder GmbH, die er vor 30 Jahren gegründet hat.
- Diplom an der Universität Mannheim
- Seit 32 Jahren verheiratet mit drei Kindern (30, 28 und 25 Jahre)

## Ängste

- Der technologischen Entwicklung nicht folgen zu können und „nutzlos“ zu sein.
- Zerfall seiner Firma nach seinem Ausstieg in die Rente.
- Keinen Nachfolger zu finden, auf den er durch seine Firma stolz sein kann.

## Abneigungen

- Eine neue Website erstellen lassen, obwohl sie erst fünf Jahre alt ist.
- Wie soll mir eine Website (passiv) dabei helfen, mein Geschäft auszuweiten?

## Frank Founder



## Demographie

- Männlich
- 61 Jahre alt
- Haushaltseinkommen: 256.000 Euro
- Besitzt sein eigenes Einfamilienhaus am Stadtrand, wo er mit seiner Frau und seinem jüngsten Kind wohnt.

## Ziele

- Hohe Mitarbeiterzufriedenheit und niedrige Fluktuationsrate.
- Einen geschmeidigen Übergang in die Rente.

## Hobbies und Interessen

- Wall Street Journal, Financial Times und Forbes (online) lesen.
- Zeit (mit seiner Frau) am nahe gelegenen See verbringen.
- News von seinen Kindern hören.
- Darts spielen.

## Herausforderungen

- Kunden nicht an Mitbewerber verlieren, die neuere Technologie verwenden.
- Selbst auf dem Laufenden bleiben, was neue Technologien, Methoden und Angebote anbelangt.
- Qualifizierte Mitarbeiter finden, um seine Firma weiter auszubauen und perspektivisch zu übergeben.

# empathy map & pain-/gain-modell

Eine weitere Möglichkeit zur Beschreibung meiner Zielgruppe stellt die Empathy Map dar

## empathy map

- Identifikation relevanter Kundenwünsche und Bedürfnisse, indem man sich in die Lage des potentiellen Nutzers hineinversetzt
- Fokus auf der Gefühlslage der potentiellen Kunden durch Orientierung an den Aufbau der menschlichen Sinnesorgane
- Idealerweise möglichst viele verschiedene Blickwinkel berücksichtigen
- Kein Anspruch auf Objektivität

## pains

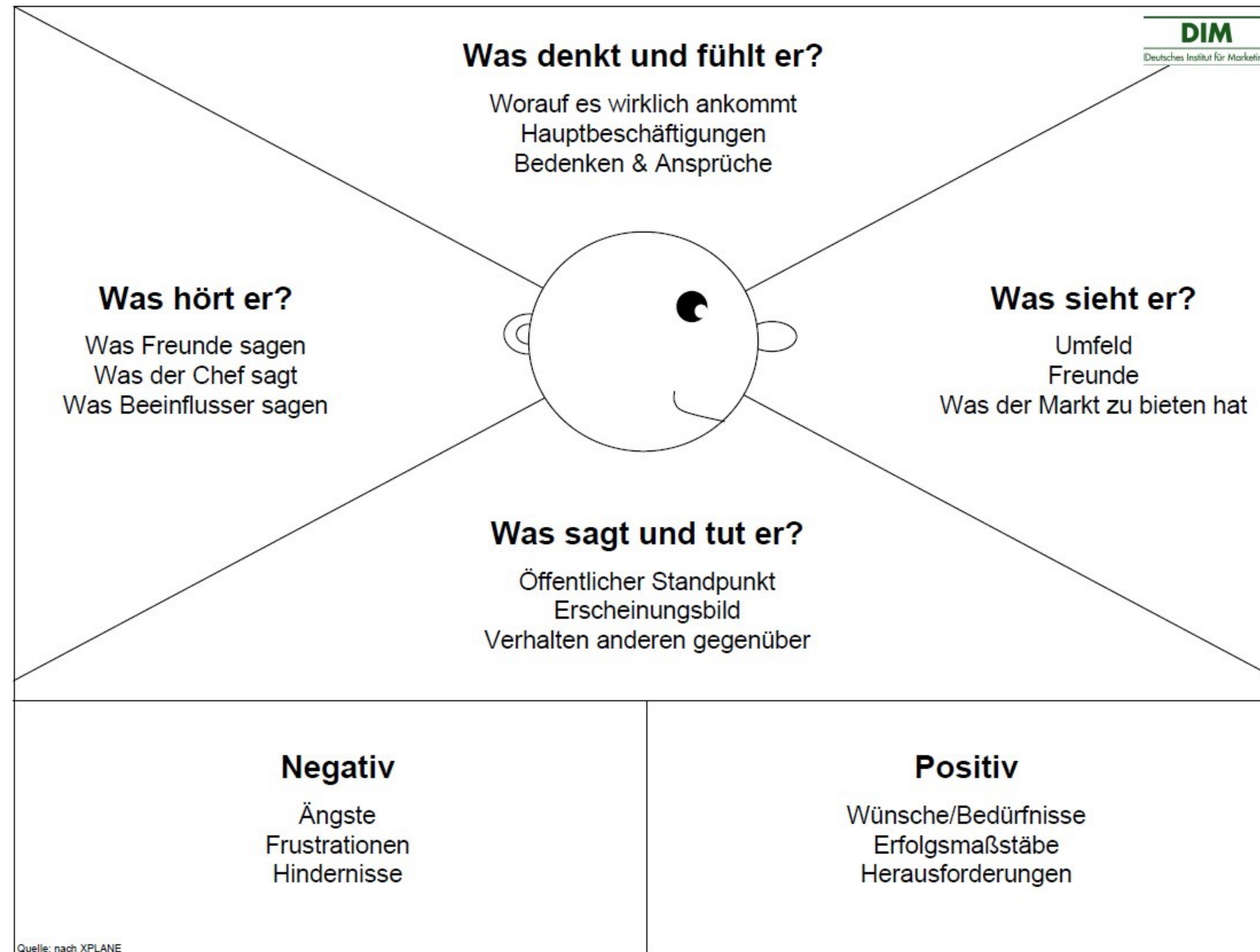
- Unangenehme Situationen (in Zusammenhang mit Produkt)
- Was sind die Schwierigkeiten, denen euer Kunde begegnet?
- Wo bleiben bestehende Lösungen hinter den Erwartungen?
- Was führt dazu, dass sich euer Kunde schlecht fühlt?

## gains

- Erwartungen des Kunden (in Zusammenhang mit Produkt)
- Was kann die Lösung eines Kundenproblems erleichtern?
- Wonach suchen eure Kunden? Wovon träumen sie?
- Was lieben eure Kunde an bestehenden Lösungen?

# empathy map canvas

Die Empathy Map lässt sich sehr gut in Verbindung mit dem Pain-Gain-Modell anwenden



# beispiel empathy map

Dieses Beispiel zeigt einen Entrepreneur in seinem Umfeld und mit seinen Wünschen und Sorgen

## Customer Empathy Map



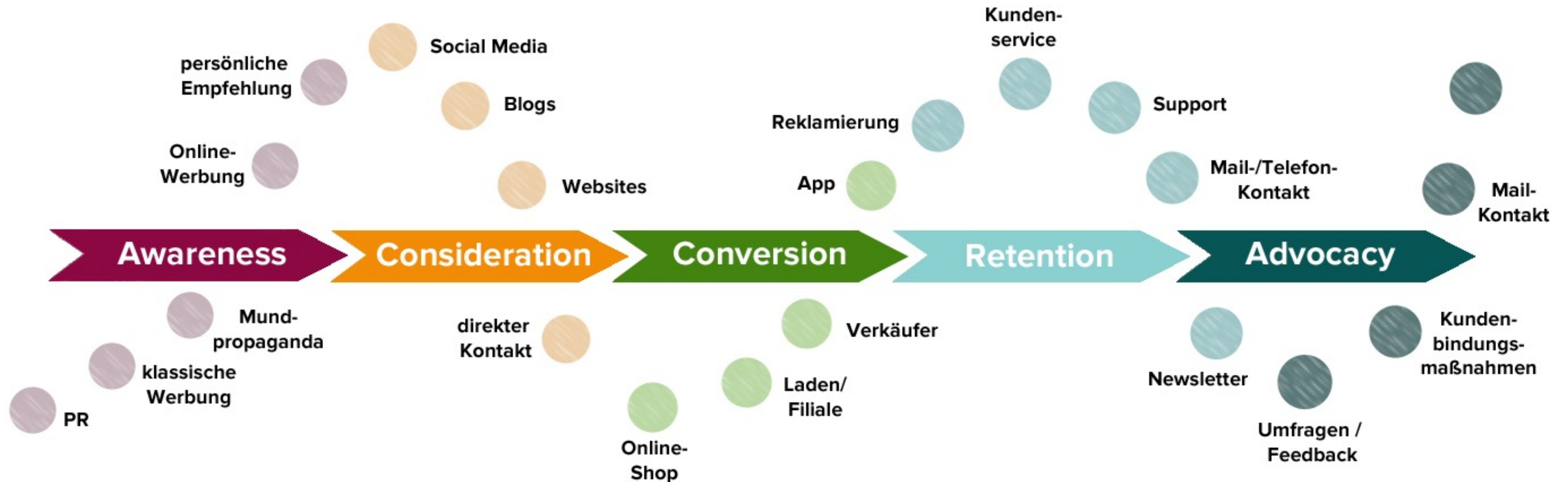
# customer journey

Durch eine Customer Journey ist es möglich, alle Berührungspunkte zwischen Produkt und Nutzer logisch zu ordnen

- Zusammenfassung der einzelnen Teile des Kundenerlebnisses
- Identifikation der wesentlichen Berührungspunkte zwischen Benutzer und Produkt
  - Direkte Berührungspunkte vs. Indirekte Berührungspunkte
  - Kam es lediglich durch den letzten Kontakt mit dem Kunden zum Kauf? Diente hierfür das Zusammenspiel aller Kontaktpunkte?
  - Sind bestimmte Berührungspunkte voneinander abhängig?
  - Wie richte ich mein Marketing bestmöglich aus?
- Beleuchtung weiterer Aspekte im Rahmen eines jeden Berührungspunktes
  - Bedürfnisse
  - Relevante Daten
  - Benötigte Informationen
  - Angebotene Funktionen
- Identifikation von Potentialen entlang der Kundenreise

# customer journey

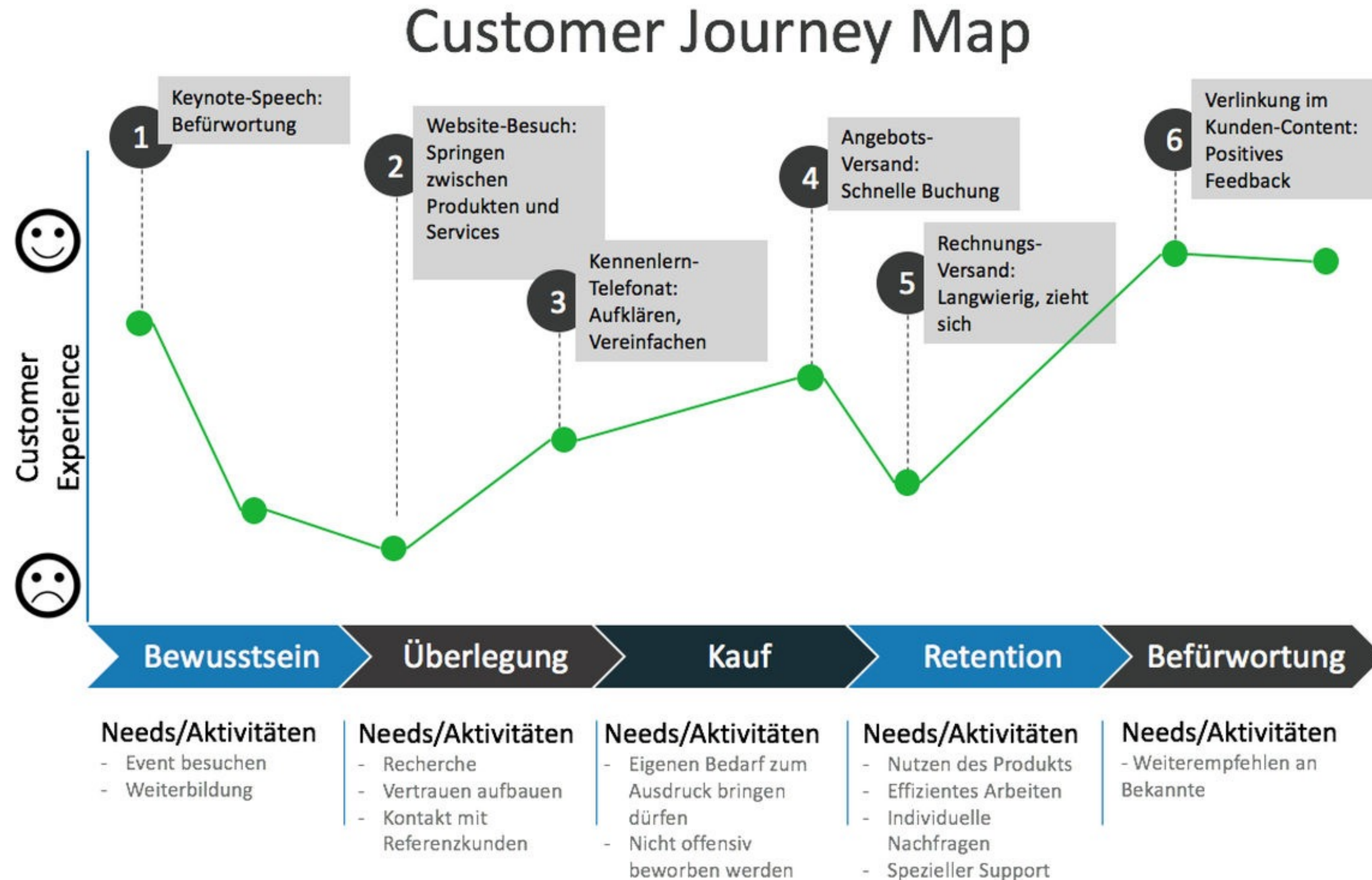
Die Berührungspunkte mit dem Kunden lassen sich in verschiedene Phasen unterteilen





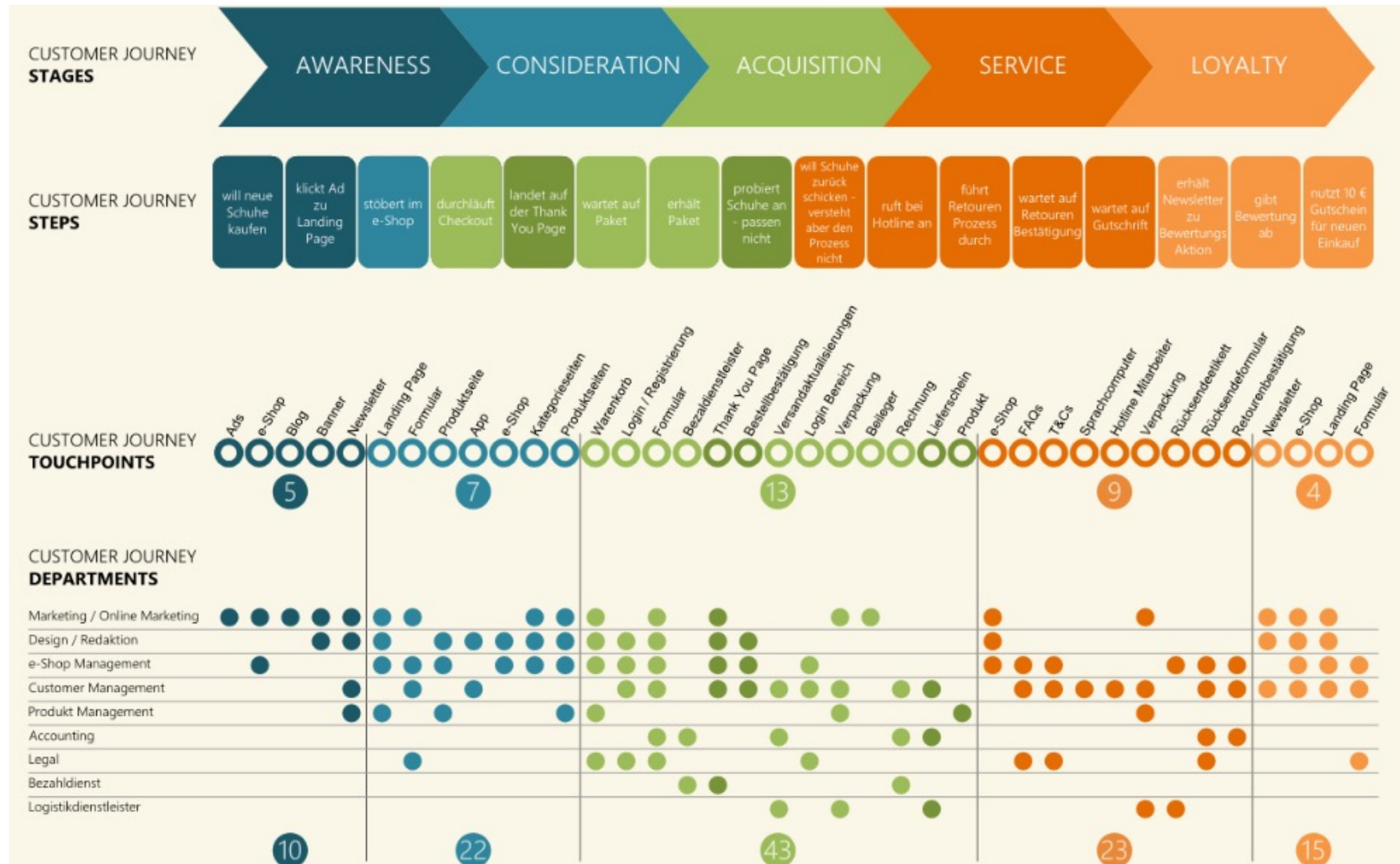
# customer journey

Mithilfe der Customer Journey ist es somit möglich, die User Experience eines Kunden bewerten zu können



# customer journey

Mithilfe der Customer Journey ist es somit möglich, die User Experience eines Kunden bewerten zu können



# moscow analyse

Die identifizierten Funktionen und Konzepte sollten entsprechend Wichtigkeit und Dringlichkeit priorisiert werden

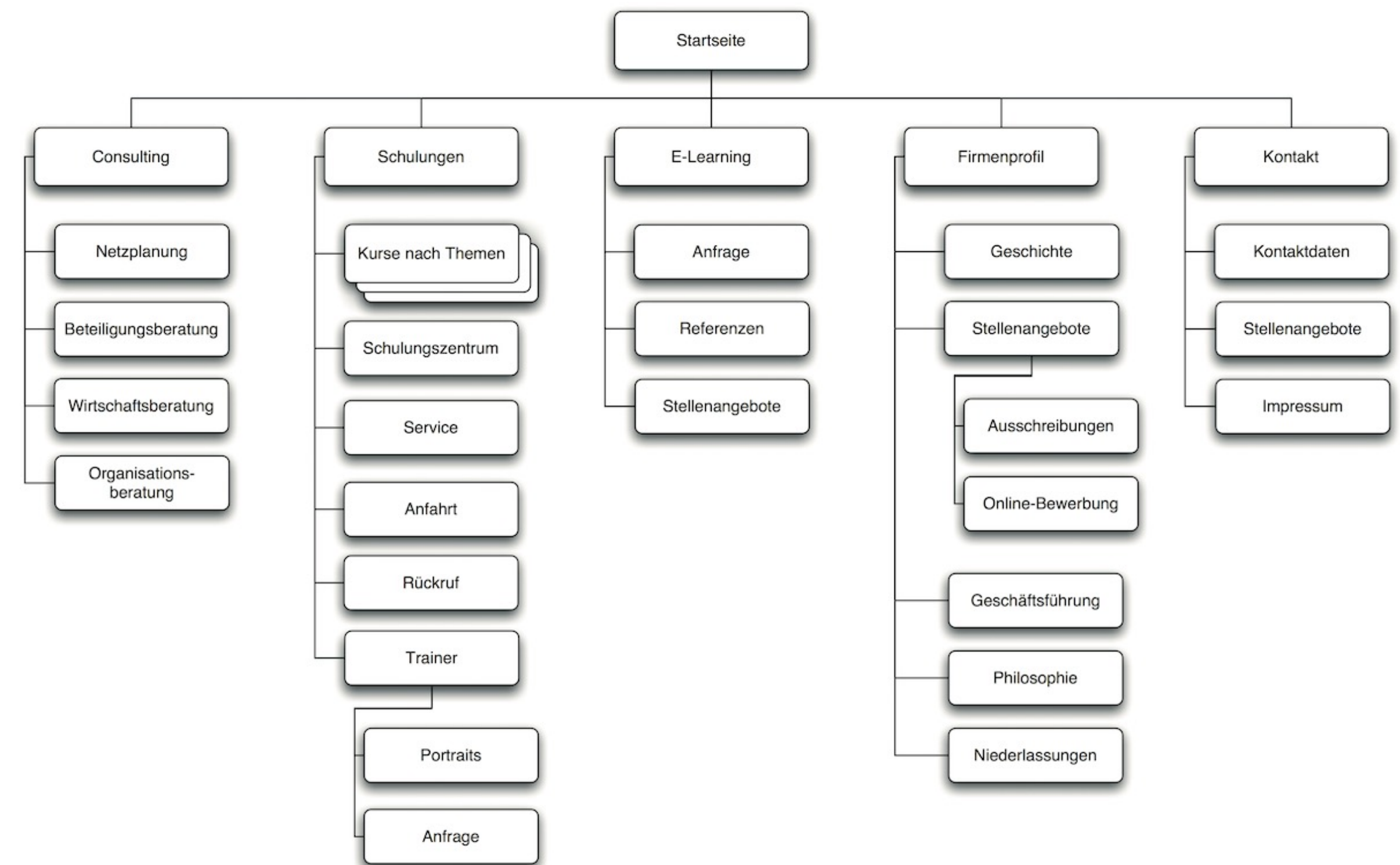
- Projektmanagementmethode zur Priorisierung von zuvor identifizierten Anforderungen
- Priorisierung anhand der Wichtigkeit der Anforderung und deren Auswirkungen auf das gesamte Projekt
- Priorisierung kann/sollte während eines Projektes immer wieder neu durchgeführt werden
- **Must:** Unbedingt erforderlich
  - Wegfall von Must-Anforderungen führt zu unweigerlichem Scheitern des Projektes
- **Should:** Sollte umgesetzt werden, wenn alle Must-Anforderungen trotzdem erfüllt werden können
  - Nicht erfolgskritisch, führen jedoch zu einer Steigerung der Produktqualität
- **Could:** Kann umgesetzt werden, wenn die Erfüllung von höherwertigen Anforderungen nicht beeinträchtigt wird
  - Kein negativer Einfluss bei Nicht-Umsetzung, führen jedoch zu einer Steigerung der Produktqualität
- **Won't:** Wird in diesem Projekt nicht umgesetzt, aber für die Zukunft vorgemerkt
  - Fachlich und technisch wichtig, jedoch nicht zeitlich kritisch



# sitemap

Mithilfe der erlangten Informationen können die Inhalte der Software in Form einer Sitemap strukturiert werden

- Vollständige hierarchisch strukturierte Darstellung aller Einzeldokumente einer Webseite
- Gibt an, welche Informationen auf welche Seite untergebracht sind
- Sitemap im Rahmen der Konzeption der Webseite
- **Ziele**
  - Identifikation der Anzahl der Hierarchieebenen
  - Identifikation der benötigten Templates der Einzeldokumente
- Erstellung auf Basis der Customer Journey



# wie erstelle ich ein design?

Bei der Erstellung eines Designs sollte auf existierendes und bewährtes zurückgegriffen werden

- Beginne mit der Erstellung von (handschriftlichen) Prototypen
- Fokus liegt auf dem / den Kunden
- **UX-/UI-Patterns:** Menschen versuchen immer bekannte Muster zu erkennen
  - Lösungen für bekannte Usability Probleme
  - Funktionieren, weil sie sich über lange Zeit etabliert haben
  - Ersparen Zeit im Design-Prozess
  - Grundlage für die eigene Kreativität
  - Interaktionsrate der Nutzer wird durch flache Lernkurve erhöht
- Für die Semesteraufgabe gilt außerdem:
  - Ausblenden der Umsetzbarkeit der Funktionalitäten und Konzepte
  - Ausrichtung an vorhandenem Design-Styleguide
  - Bilder können ohne Berücksichtigung der Urheberrechte aus dem Internet verwendet werden
  - Anstelle detaillierter Inhalte können „Lorem ipsum“-Texte verwendet werden



# webdesign-richtlinien

Für das Erstellen eines jeden Webdesigns gelten allgemeine Richtlinien

**konzentriere dich auf deine kunden**

**erstelle einen konsequenten stil**

**schaffe eine einfache und intuitive navigation**

**weniger ist mehr**

**mache dein design logisch**

**maximiere die lesbarkeit**

**mache die webseite für deine kunden zugänglich**

**sei authentisch**



# paper prototyping

Die Erstellung von Papier Prototypen stellt eine effiziente Ideenfindung zu Beginn einer Problemlösung dar



# paper prototyping

Mithilfe solcher Prototypen können beispielsweise auch App-Screens schnell erstellt und verändert werden

