



wirtschaftsinformatik
managementinformationssysteme

Usability & Ästhetik

Arbeitsgruppe Wirtschaftsinformatik
- Managementinformationssysteme -

Übung 2

Sommersemester 2019



Semesteraufgabe - Ablauf

Übung(en)	Aufgaben
2 & 3	Personas, Empathy Maps, Pain/Gain-Modell
4 & 5	Funktionen ermitteln
6 & 7	Customer Journeys
8 & 9	Sitemap
10 & 11	Entwurf Startseite
12	Erstellung Abschlusspräsentation
13	Abschlusspräsentation



Stand Up

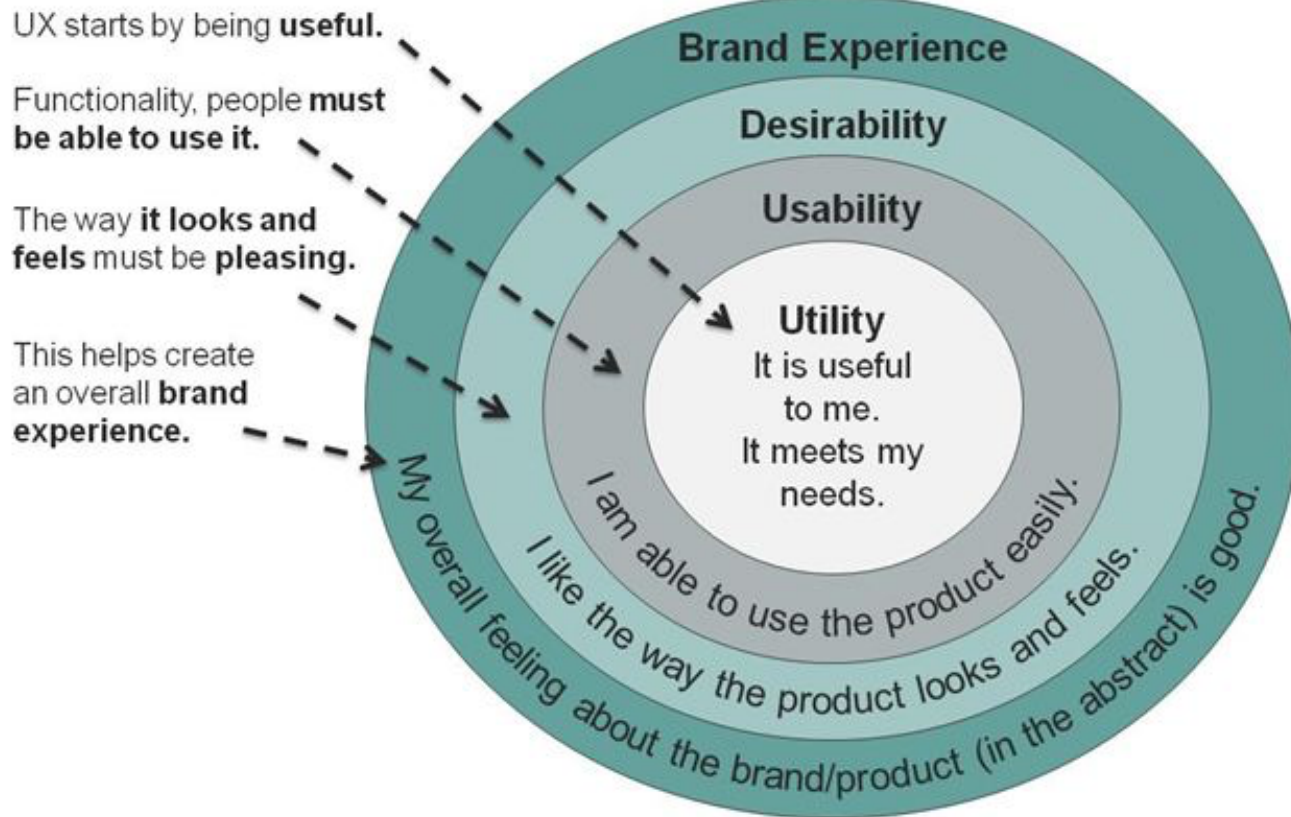


User Experience

- **DIN EN ISO 9241-210:** Wahrnehmungen und Reaktionen einer Person, die aus der tatsächlichen und / oder der erwarteten Benutzung eines Produkts, eines Systems oder einer Dienstleistung resultieren
- Inklusive Effekten vor bzw. nach der eigentlichen Nutzung
- Neben funktionalen Aspekten ebenfalls Berücksichtigung von emotionalen und ästhetischen Faktoren → **Joy of Use**
- Betonung der Nutzerperspektive



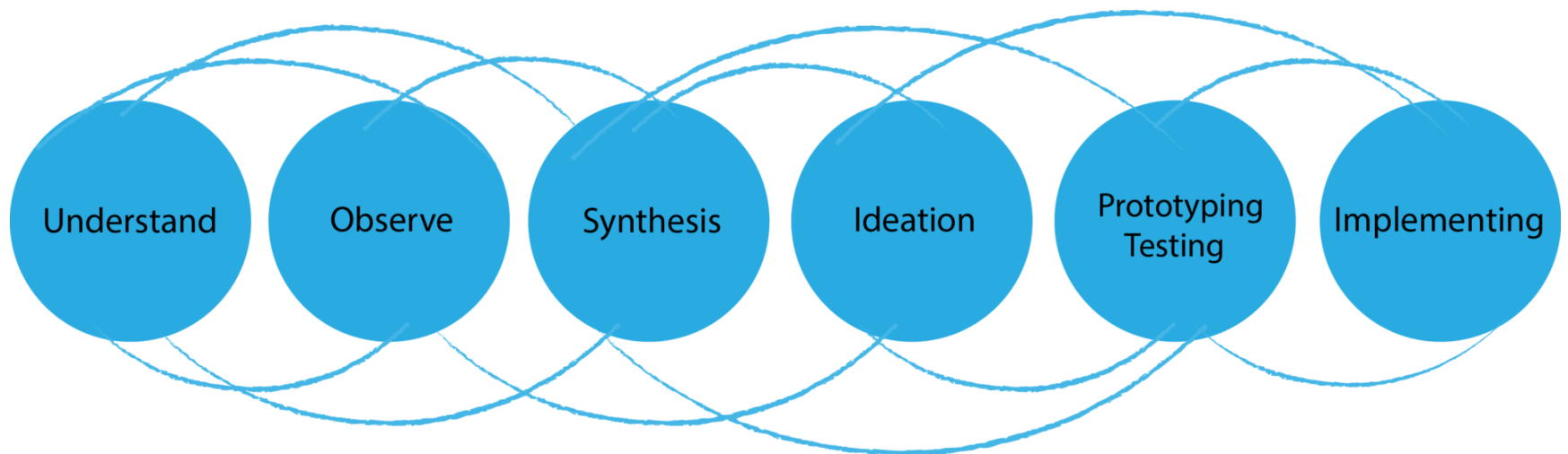
Faktoren der User Experience



Source: User Experience 2008, nnGroup Conference Amsterdam

Design Thinking

- Nutzerorientierte Denkweise, die bereits in den frühen Innovationsphasen zu Produktideen verhilft, die sich an den Erfordernissen der Zielgruppe orientieren
- Perspektivenwechsel, reale Beobachtung und Anwendung durch zukünftige Benutzer



Von Wikimedia Deutschland e. V. - Wikimedia Deutschland e. V., CC BY-SA 4.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=34329016>

Werte des Design Thinking

Arbeite visuell

Stelle Kritik zurück

Fördere verrückte Ideen

Baue auf den Ideen anderer auf

Nur einer spricht

Quantität ist wichtig

Bleib bei dem Thema



- 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.

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

- Alternative zum klassischen Persona-Konzept
- Identifikation relevanter Kundenwünsche und individueller Bedürfnisse
- Fokus auf der Gefühlslage der potentiellen Kunden, indem es sich an den Aufbau der menschlichen Sinnesorgane orientiert
- Idealerweise möglichst viele verschiedene Blickwinkel berücksichtigen
- Hineinversetzen in die Lage des potentiellen Kunden
- Kein Anspruch auf Objektivität
- Fokus auf Effizienz und Einarbeitung des Projektteams



Pain/Gain-Modell

- **Pain:** Unangenehmen Situationen, die in Zusammenhang mit dem zu entwickelnden Produkt stehen
 - Was sind die Schwierigkeiten/Herausforderungen, denen euer Kunde begegnet?
 - Wo bleiben bestehende Lösungen hinter den Erwartungen der User?
 - Was führt dazu, dass sich euer Kunde schlecht fühlt?
- **Gain:** Erwartungen des Kunden, die im Zusammenhang mit dem zu entwickelnden Produkt stehen
 - Was kann die Lösung eines Kundenproblems erleichtern?
 - Wonach suchen eure Kunden? Wovon träumen sie?
 - Was lieben eure Kunde an bestehenden Lösungen?



Empathy Map (inkl. Pain/Gain-Modell)

Empathy Map Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

The diagram is a large rectangle divided into seven numbered sections around a central fish-like face. The face has a large eye, a small ear, and a wide, open mouth. The sections are:

- 1 WHO are we empathizing with?**
Who is the person we want to understand?
What is the situation they are in?
What is their role in the situation?
- 2 What do they need to DO?**
What do they need to do differently?
What job(s) do they want or need to get done?
What decision(s) do they need to make?
How will we know they were successful?
- 3 What do they SEE?**
What do they see in the marketplace?
What do they see in their immediate environment?
What do they see others saying and doing?
What are they watching and reading?
- 4 What do they SAY?**
What have we heard them say?
What can we imagine them saying?
- 5 What do they DO?**
What do they do today?
What behavior have we observed?
What can we imagine them doing?
- 6 What do they HEAR?**
What are they hearing others say?
What are they hearing from friends?
What are they hearing from colleagues?
What are they hearing second-hand?
- 7 What do they THINK and FEEL?**
PAINS
What are their fears, frustrations, and anxieties?
GAINS
What are their wants, needs, hopes and dreams?
What other thoughts and feelings might motivate their behavior?

Last updated on 16 July 2017. Download a copy of this canvas at <http://gamestorming.com/empathy-map/> © 2017 Dave Gray, xplane.com



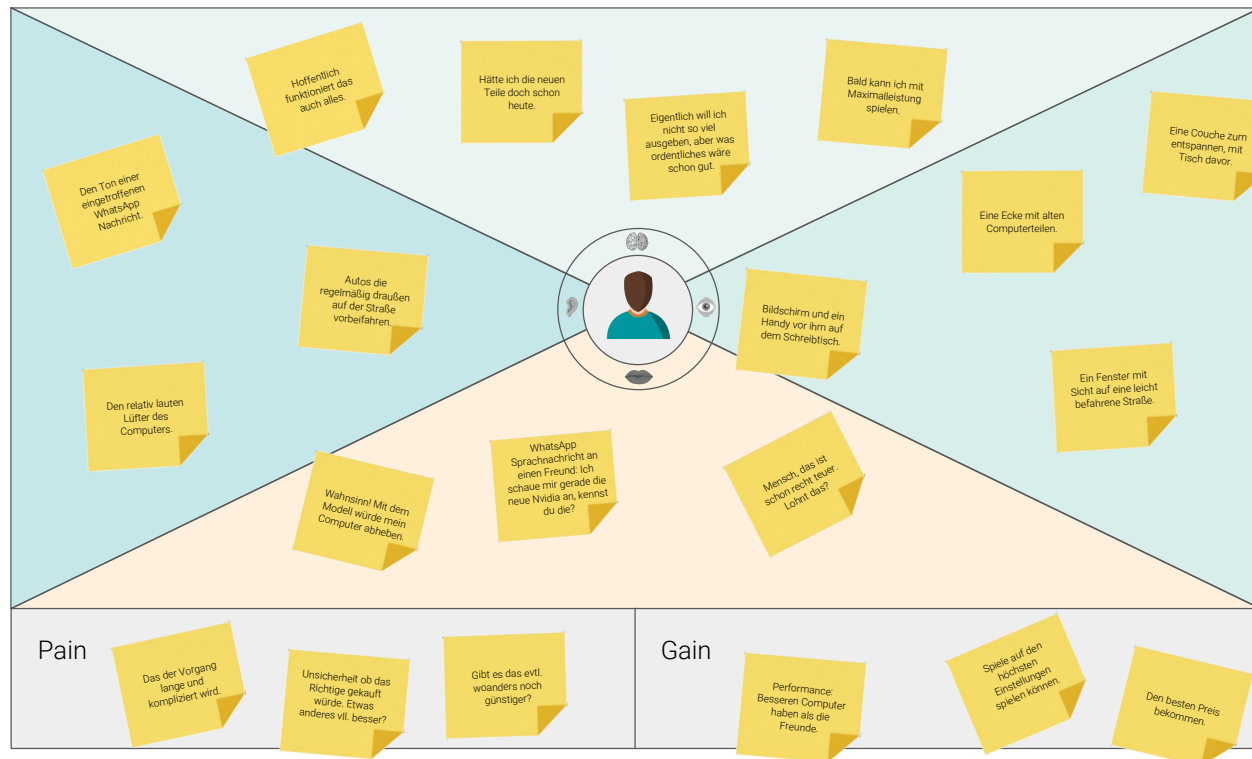
Empathy Map (inkl. Pain/Gain-Modell)

Empathy Map

Kunde: Jens F., 32 Jahre, Männlich

Datum: 15.05.2018

Mission: Will Computer-Hardware online kaufen. Sitzt am Schreibtisch.



Powered by  USERMIND

Weberentwicklung | Online Marketing | UX » www.user-mind.de



Semesteraufgabe

