

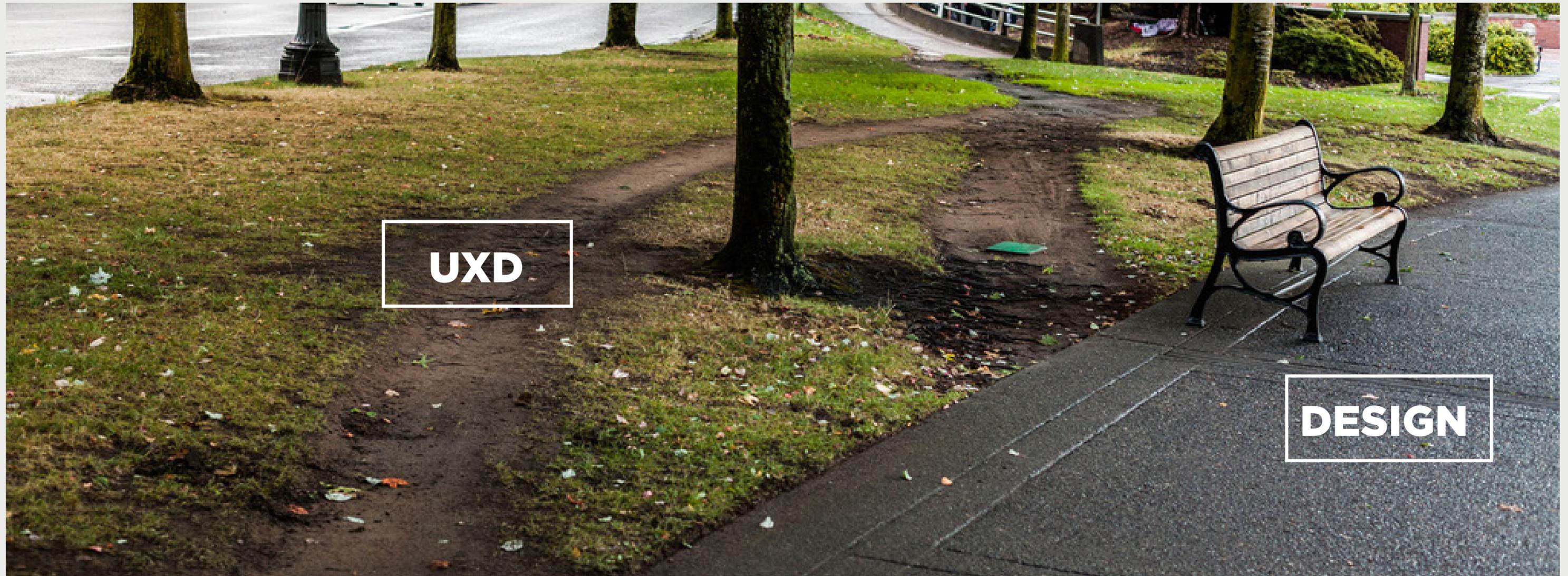


TEAMS

VERBRAUCHER-BEDÜRFNISSE

# INTEGRATION VON NUTZER-ANALYSEN IN DER PRAXIS

# USER EXPERIENCE DESIGN (UXD) **DIE REALITÄT: IDEEN TREFFEN AUF NUTZER**

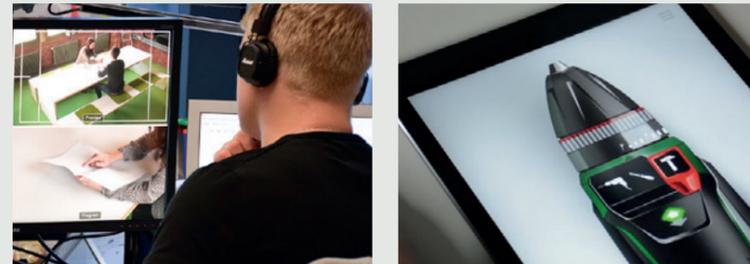


**Wer kennt nicht den schweren Moment der Wahrheit: Die sorgsam groß gezogene Idee trifft auf ihre Nutzer. Nicht immer erfüllen sich hier die großen Erwartungen.**

# ITERATIVES HUMAN CENTERED DESIGN

## DIE SICHT DER NUTZER INTEGRIEREN

>> durch permanente Iteration wird das User Experience kontinuierlich verbessert



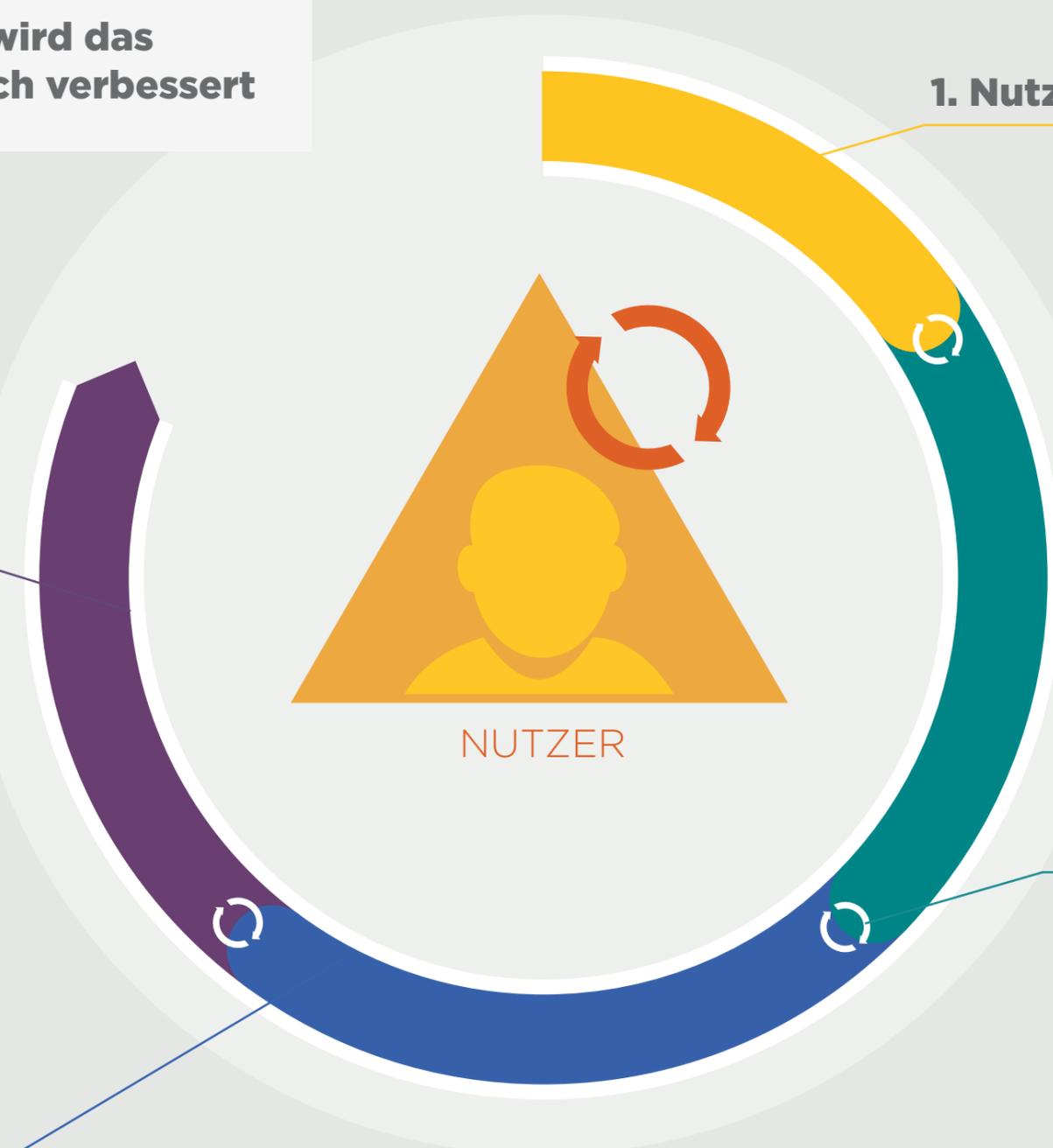
### 4. Evaluieren und Testen

Überprüfen und optimieren:  
Vom Nutzer lernen



### 3. Lösungen entwickeln

Design und Prototyping:  
Lösungswege explorieren

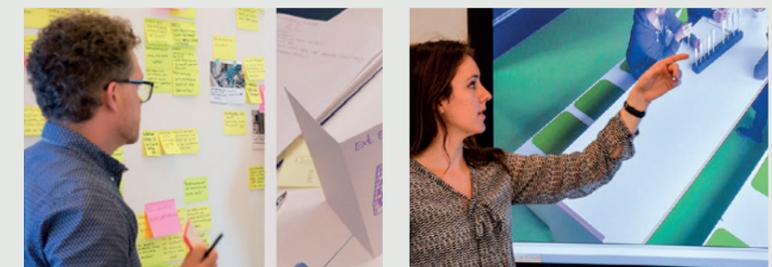


### 1. Nutzungskontext verstehen



Interview- und Analyseverfahren:  
Das Problem erkunden

### 2. Nutzungsanforderungen definieren



Auswertung und Modellierung:  
Das Problem verstehen und greifbar  
werden lassen



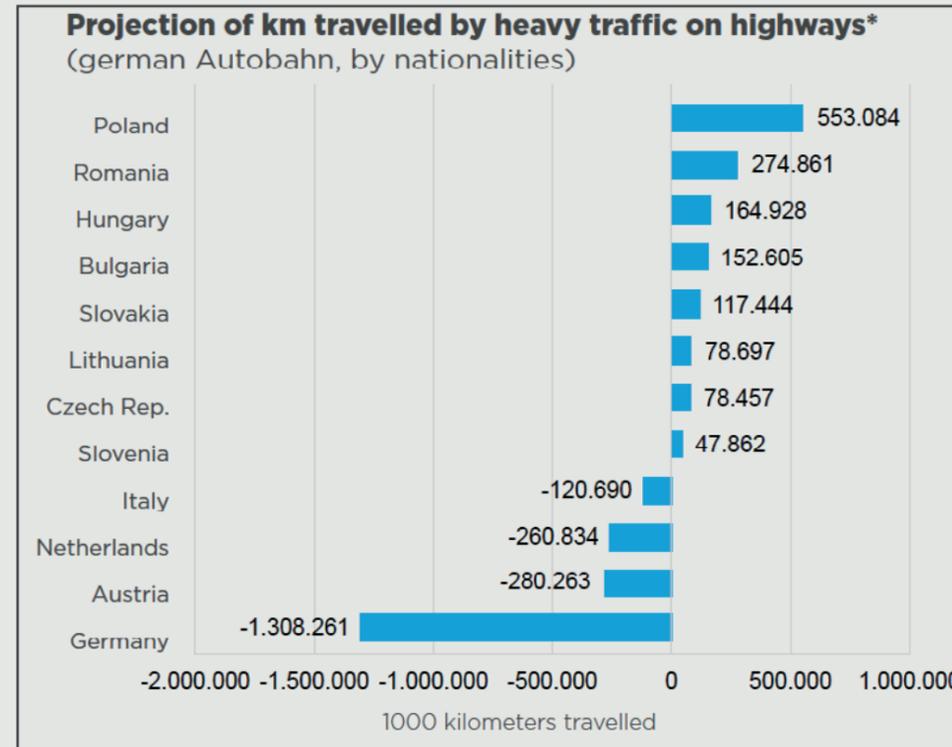
- > **Wie verändert sich der Markt und das Umfeld?**
- > **Welche Auswirkungen hat das auf den Beruf / die Arbeitsprozesse?**
- > **Wie verändern sich dadurch die Zielgruppen?**
- > **Welche veränderten oder neuen Bedürfnisse entstehen dadurch?**
  
- > **Wie müssen unsere Produkte beschaffen sein, um diese Erwartungen zu erfüllen?**

## ANALYSE DER SITUATION HEUTE & PROGNOSEN FÜR DIE ZUKUNFT DEFINIEREN DER RELEVANTEN NUTZERGRUPPEN



### 1. Workshop Status Quo

- > Welche Informationen gibt es bereits, was fehlt?
- > Sammeln von Stakeholder-Wissen



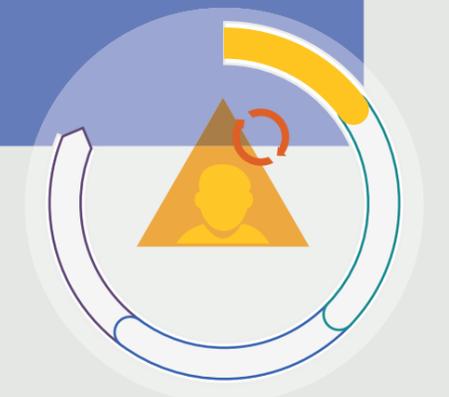
### 2. Desktop Research Heute/Zukunft

- > Marktentwicklung
- > Umfeldentwicklung
- > Fahrerentwicklung



### 3. Workshop Nutzergruppen

- > Definition der relevanten Nutzergruppen & Eigenschaften



# ERSTELLUNG DES PROBANDEN-SCREENERS + FRAGEBOGEN

## PROBANDEN-REKRUTIERUNG

### ERSTELLUNG DES INTERVIEW-LEITFADENS

8b. Sie haben gesagt, dass Sie einen persönlichen Truck haben. Welcher Aussage würden sie zustimmen?

a.	Meine Truckkabine ist ein rein funktionales Objekt und interessiert mich wenig.	1	➔	Abbrechen
b.	An meiner Kabine liegt mir viel.	2	➔	Weiter
c.	Ich habe kleinere An- oder Umbauten vorgenommen, um die Kabine optimal nutzen zu können.	3	➔	Weiter

*Mindestens die Hälfte der TN sollte 3 als Antwort genannt haben.*

9. Darf ich sie fragen, für welche Branche Sie Ihre Güter transportieren?

a.	Bitte Art der Güter transportieren:	1	➔	Weiter
b.	Viehtransporte oder Ähnliches	2	➔	Abbrechen
c.	Autos oder Automobilteile /-zubehör	3	➔	Abbrechen
d.	Schwertransporte oder sonstige Sonderfahrten	4	➔	Abbrechen

*Teilnehmer muss aus dem Bereich Logistik / Spedition kommen. Kein Teilnehmer darf 2-4 antworten, sonst abbrechen!*

10. Welche Marke hat Ihr Lastkraftwagen?

a.	Scania	1	➔	Weiter
b.	Mercedes	2	➔	Weiter



#### Leitfadenstruktur

Thema	Zeit/Min
1. Einleitung & Warm Up, Vorstellung der Teilnehmer	05 Min
2. Steckbrief: Vorstellung des Teilnehmers, LKW's & Führerhauses	10-15 Min
3. „On the Road“ Der typische Tag im Leben des Truckers	15-20 Min
4. Strengths & Weaknesses: (technische) Ausstattung sowie unmet Needs des LKW-Führerhauses (Idea Generation)	40-45 Min
5. Sum Up & Zusammenfassung	05 Min
6. Exit Interview: Most important Facts Filmen vor dem Truck	01-02 Min

#### Material:

- Mp3-Rekorder zur Aufnahme der Tonspur
- Kamera + eventuell Stativ bzw. Go Pro Kamera mit Anbringvorrichtung
- Eiverständniserklärung des Teilnehmers zum Filmen im/ am LKW: Vor dem Interview auf jeden Fall vom TN unterschreiben lassen!

#### 4. Screener + Fragebogen

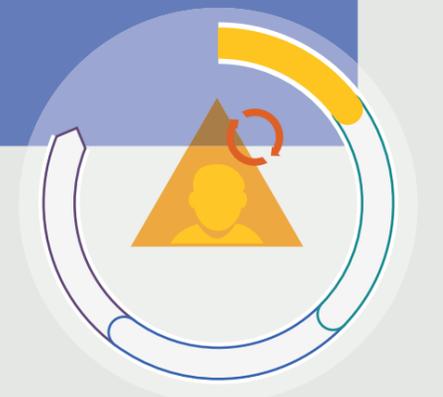
- >Definition der Probanden-Eigenschaften
- >Fragebogenerstellung für Rekrutierung

#### 5. Rekrutierung

- >Telefonische Rekrutierung
- >Abgleich mit Fragebogen

#### 6. Interview-Leitfaden

- >Definition von Hauptkategorien
- >Definition der Schlüsselthemen



# PRAXISBEISPIEL

## VOR-ORT INTERVIEWS, PROTOKOLLIERUNG & AUSWERTUNG MODELLIERUNG



**THE TRUCK CABIN**  
"MY TRUCK IS MY CASTLE."



### "OR ARE YOU WEARING YOUR SHOES IN BED?"

**"Trucker's Living Room":** The cabin is more than the driver's second home. Here, he spends day and night: it's common to take off your shoes, put on slippers, put in carpets and adequate lighting.

**Cosy & comfy:** Equipped like a real living room it's important to take off your shoes!

**Work & home in one.**



### 7. Vor-Ort Interviews

- > Durchführung Non-direktive Interviews
- > Aufzeichnen, Protokollieren
- > Sammeln von Artefakten

### 8. Aufarbeiten der Daten

- > Sichten des Materials auf Repräsentativität
- > Herausarbeiten der relevanten Beobachtungen

### 9. Modellierungs-Workshop

- > Clustern der relevanten Beobachtungen und Daten



# PRAXISBEISPIEL

## ERSTELLUNG VON PERSONAS, INTEGRATION IN ENTWICKLUNGEN, AUSBlick / EVALUATION

### PERSONA

#### 02 THE PROFESSIONAL EMPLOYEE



**Bernd, 48**

The professional employee is an interested person. Being able to make decisions and plans for his future, spend time with his family and to avoid loneliness. A truck for his individual use is necessary. He values his independence.

**Education:** Trained warehouse man

**Occupation:** Truck driver

**Situation:** Lives with 2nd wife near Rostock, Germany

**Net Income:** 1.800 €

#### Expectations for cabin ec

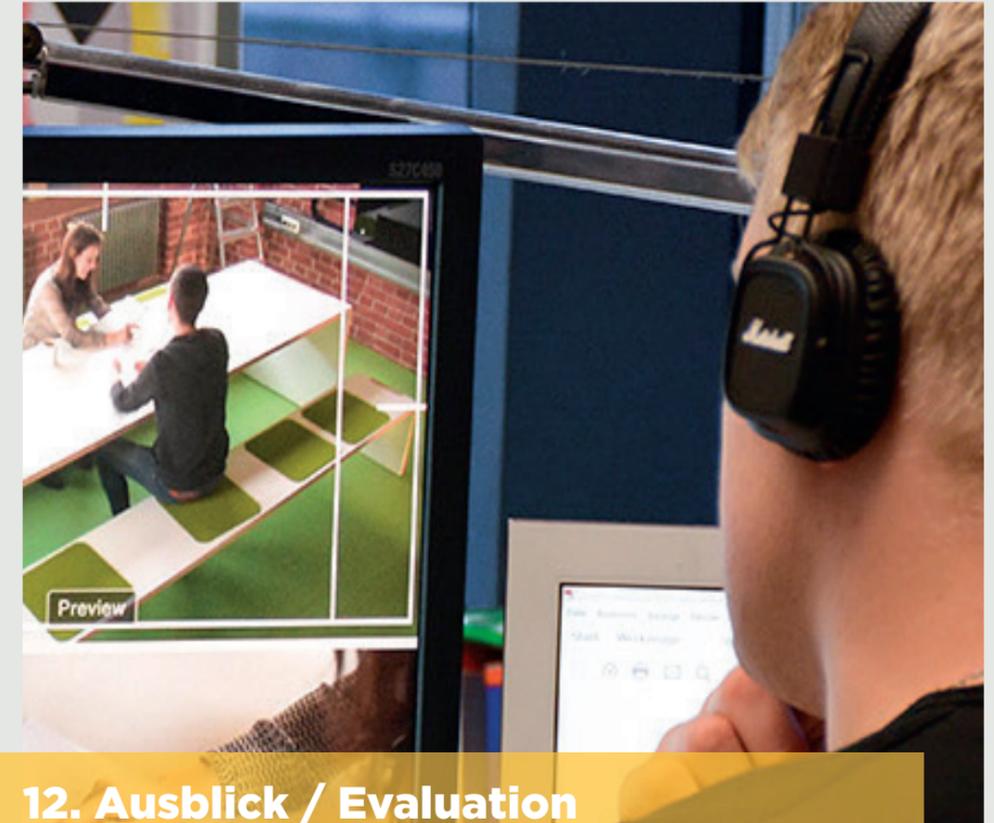
- the cabin is his living room
- truck shows his status, he wants to be
- products should help to make the time on the road as nice as possible
- to get work done and to be in touch with family
- wants products to increase his independence

**Reintroduce ambi light,** offer different light settings (red night mode, day light emulation, work light, cozy dimmed relax light), or wake up light, ...

**Allow real light, make cabin brighter**

### 11. Integration in Entwicklungen

- > Einbindung der Insights in laufende Entwicklungsprojekte
- > Schaffen von Empathie innerhalb des Entwicklungsteams



### 12. Ausblick / Evaluation

- > Evaluation von Prototypen
- > Nutzertests

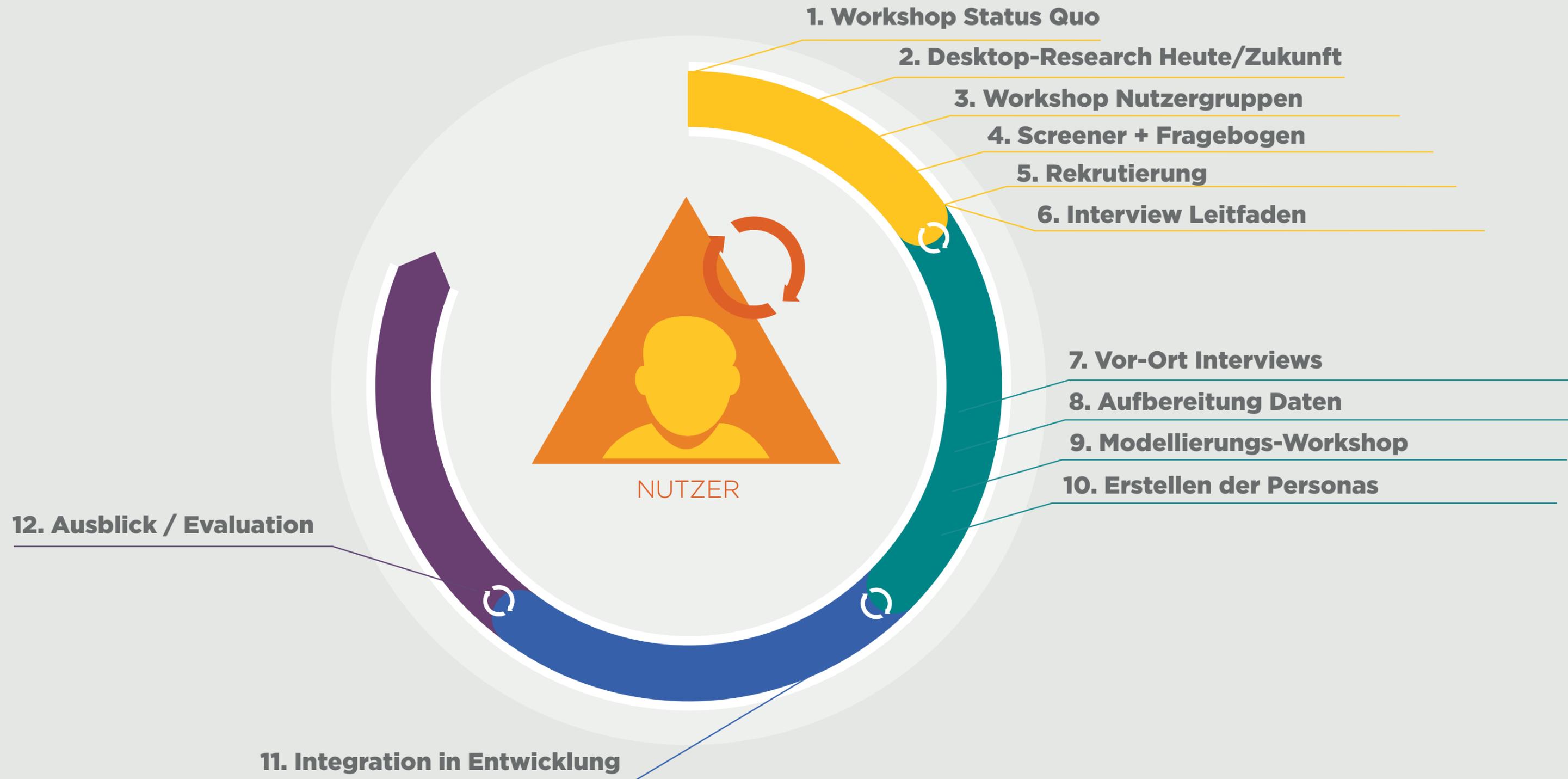
### 10. Erstellung von Personas

- > Übergabe von Personas für projektübergreifende Nutzung



# PRAXISBEISPIEL

## ÜBERSICHT DES ABLAUF



- > **Neue Sicherheit und Grundlagen für Businessentscheidungen**
- > **Fundiertes Wissen im Unternehmen über den Nutzungskontext**
- > **Potenzial für stärker optimierte Produkte**
- > **Verbesserte Marktaufstellung durch präzise Entwicklung**
- > **Vermeidung von Reklamationen/Optimierung nach Markteinführung**
- > **Langlebige, weil „begehrte“ Produkte**
- > **„Neutrale“ Fokussierung des Portfolios, Vermeidung von Fehlentwicklungen**
- ...

- < **Durch eingefahrene Projektabläufe teilweise keine Akzeptanz im Ganzen**
- < **Übergeordnetes Projektmanagement im Unternehmen nötig um Zeitverzug zu verhindern**
- < **Teils aufwändige Rekrutierung, da Probanden sprunghaft**
- < **Integration trotz Wissens um Vorteile durch strategische Entscheidungen blockiert**
- ...

# DANKE.



Unsere UXD Methoden:



**KAI GEHRMANN**  
Manager Industrial Design  
& Communication

+49 (0)40 492 939 519  
kai.gehrmann@teamsdesign.com

TEAMS HAMBURG  
Gertigstraße 10a  
22303 Hamburg

[www.teamsdesign.com](http://www.teamsdesign.com)

TEAMS ESSLINGEN

TEAMS CHICAGO

TEAMS SHANGHAI

TEAMS BEOGRAD

### Understanding user context

User Research, f. eg.:

Contextual inquiry  
Nondirective interviews  
(in-site or in the test studio)  
Observation  
Shadowing  
Focus groups  
Analysis of tasks  
Diary/camera studies  
Store walk  
...

### Defining user tasks

Modeling

Customer journey  
Affinity map  
Personas and scenarios  
Use cases  
Storyboards  
Mock-ups  
Prototyping  
...

### Developing solutions

Design specification

Storyboards  
Prototyping  
Co-Creation  
Design thinking workshops  
RITE  
...

### Evaluation

Check and Iterate

UX-Teststudio: eyetracking,  
Video-confrontation,  
Questionnaires  
Usability testing

Heuristic evaluation  
Expert-evaluation  
Walkthroughs  
...

