
Inhaltsverzeichnis

1	Der “Reason to believe”	1
1.1	Grundlagen der Informationsaufnahme	3
1.2	Gehirngerechte Information	13
1.3	Usability versus User Experience	15
1.4	Customer Experience	17
1.4.1	Usability	19
1.4.2	User Experience	19
1.4.3	Customer Experience	20
1.5	Das Verständnis von Einfachheit	21
1.6	Usable versus Usability	24
	Literatur	29
2	Der Weg zur Einfachheit – Benutzerfreundlichkeit in der Service- und Produktentwicklung	31
2.1	Finden Sie Ihren Herzschlag	33
2.2	Wer sind Ihre „Personas“	37
2.3	Priorisierung steigert Ihren Return on Investment!	43
2.4	Konsistenz ist das Schlagwort für Erfolg	48
2.4.1	Pattern Library	49
2.4.2	Icon Library	50
2.4.3	Formular Styleguide	51
2.4.4	Design Style Guide	52
2.4.5	Customer Experience (CX) Touchbook	52
2.5	Keine Information schafft Einfachheit	53
2.6	Vertrauensverhältnis durch Information	56
2.6.1	Fehlermeldungen und Lösungsvorschläge	58
2.6.2	Feedback als Erfolgserlebnis und Vertrauenssteigerung	59
2.6.3	Gamification	59

2.7	Design beeinflusst den emotionalen Wert	61
2.8	Vereinfachen Sie für die menschliche Wahrnehmung	64
	Literatur	67
3	Der Weg zur Emotion und zum Erlebnis – Emotionen im Marketing	69
3.1	Emotional berühren	73
3.2	Emotional begeistern	76
3.2.1	Überraschung	77
3.2.2	Gefühlte Wertschätzung (Personalisieren)	78
3.2.3	Andersartigkeit	78
3.2.4	Erfahrungen/Erinnerungen	83
3.3	Emotional binden	86
	Literatur	97
4	Methoden der Beeinflussung	99
4.1	Customer Journey Methoden	100
4.1.1	Customer Journey Simplification	102
4.1.2	Customer Journey Mapping	103
4.1.3	Customer Journey Innovation	105
4.1.4	Story Centered Customer Journey Design	106
4.2	Needs Innovation Model™	107
4.2.1	KWB Steuerung	115
4.3	Experience Atlas	116
5	Überzeugen mit System	119
5.1	Motivation und Überzeugen	120
5.2	Methoden der Überzeugung	124
5.2.1	Quick Stakeholder MAP	124
5.2.2	UX Wall	126
5.2.3	Fast User Testing	127
5.2.4	UX Gehirnwäsche	128
5.2.5	Wie man den ROI von Usability kalkuliert!	133
5.2.6	UX Toolbox	135
5.3	Der „Reason to believe“ als wesentlicher Kaufgrund	136
	Literatur	137

Das einfache und emotionale Käuferlebnis
Mit Usability, User Experience und Customer Experience
anspruchsvolle Kunden gewinnen

Robier, J.

2016, XII, 137 S. 106 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-10129-9