



Analyse eines zukünftigen Angebots zu einem Intrapreneurship- Programm mit dem Ziel dessen UX zu optimieren

Ziele

Methoden

Das Ziel des Pilotprojektes mit dem Unternehmen „Die Digitalwerkstatt“ war es mithilfe menschzentrierter Methoden Gestaltungspotentiale für eine positive User Experience (UX) für dessen Intrapreneurship-Programm zu ermitteln. Das Intrapreneurship-Programm stellt ein zukünftiges Angebot des Unternehmens „Die Digitalwerkstatt“ dar. Dabei standen folgende Fragestellungen im Fokus:

Es wurde mittels eines Cognitive Walkthrough aus UX Perspektive das Konzept des zukünftigen Intrapreneurship-Programms gemeinsam mit dem Unternehmen analysiert. Dabei wurden zuerst alle Stakeholder ermittelt und relevante Zielgruppen abgeleitet. Danach wurde jeweils ein Vertretender dieser Zielgruppen mithilfe von Empathy-Maps detailliert analysiert. Im nächsten Schritt wurden deren Bedürfnisse ermittelt. Darauf basierend wurde das zukünftige Intrapreneurship-Programm aus den Perspektiven der Zielgruppen analysiert sowie Optimierungspotentiale bzgl. einer positiven UX aufgedeckt. Diese dienen nun als Grundlage für die Weiterentwicklung des Intrapreneurship-Programms des Unternehmens „Die Digitalwerkstatt“.

- Welche Stakeholder gibt es?
- Welche Zielgruppen sollen adressiert werden?
- Welche grundlegenden Bedürfnisse und Bedarfe haben die Zielgruppen in Bezug auf das Intrapreneurship-Programm?
- Welche Gestaltungspotentiale- und Ideen gibt es im Hinblick auf eine positive User Experience?

Cognitive Walkthrough Empathy Map

Ergebnisse

Im Zuge des Pilotprojekts wurde das Unternehmen „Die Digitalwerkstatt“ dahingehend qualifiziert sein Intrapreneurship-Programm im Hinblick auf eine positive User Experience für relevante Zielgruppen anzupassen und zu optimieren. Dabei wurden folgende Ergebnisse erzielt:

- Definition von relevanten Stakeholdern
- Analyse relevanter Zielgruppen im Hinblick auf ihre Bedürfnisse
- Aufstellung und Beschreibung von Optimierungspotentialen

Darüber hinaus wurde das gesamte Pilotprojekt aufgrund der Pandemiesituation digital durchgeführt. Hier konnten dem Unternehmen „Die Digitalwerkstatt“ Impulse für eine gelungene digitale Zusammenarbeit wie z.B. das Design der Whiteboardtemplates gegeben werden. Durch die systematische Auseinandersetzung mit den verschiedenen Zielgruppen, wurden die Mitarbeitenden von „Die Digitalwerkstatt“ auch hinsichtlich User Experience Research Methoden qualifiziert.

Die Digitalwerkstatt hat mit der Brille der Nutzenden nun eine neue Sichtweise auf ihr Programm, kann zukünftige Strategien ableiten und eventuelle Defizite bzgl. einer positiven User Experience frühzeitig adressieren. Damit kann das Programm attraktiver und zielgerichteter für Nutzende gestalten werden und ein positives Erleben gefördert werden.



Erkenntnisse für Unternehmen

- Durch die Analyse der eigenen Angebote aus der Perspektive der Zielgruppen entstehen neue Blickwinkel und Ideen.
- Dabei lohnt es sich einmal die Extreme der möglichen Zielgruppen anzuschauen.

Weitere Informationen:

Projekt auf UUX Webseite 



Anne Krüger
a.krueger@kompetenzzentrum-usability.digital



Projektpartner

Die Digitalwerkstatt unterstützt u.a. mit ihrem zukünftigen Intrapreneurship-Programm Unternehmen bei der Förderung einer innovativen und kreativen Denkweise.



„Uns wurden die Augen geöffnet, wie wir strukturiert-methodisch unsere Produktentwicklungen noch klarer fokussieren können. Durch das Aufsetzen der Nutzerbrille werden manche Optimierungspotenziale glasklar und können sehr schnell gehoben werden.“

Anika Leopold,
Die Digitalwerkstatt