

PRAXISBEISPIEL

EXTRA-POWER DURCH UX

Wie VanMoof den Markt eroberte



INHALT

Mit UX zum Erfolg	3
User Experience bei VanMoof	4
Welchen Mehrwert schafft UX bei VanMoof?	5
Das UX Qualifizierungsprogramm der Haufe Akademie	6
Über die Haufe Akademie	7



Mit UX zum Erfolg

Umsatz vervierfacht und die Konkurrenz abgehängt: VanMoof liefert E-Bikes, die junge Menschen begeistern. Das erreichen sie mit einer durchdachten User Experience (UX).

Die Brüder Taco und Ties Carlier frustrierte das unästhetische Design von E-Bikes. Die klobigen Modelle schreckten junge Kund:innen ab und der Kaufprozess war umständlich. Das wollten sie ändern und gründeten 2009 ihre eigene Fahrradmarke VanMoof. Sie setzten dabei von Anfang an auf ein befriedigendes Nutzer-Erlebnis (engl.: User Experience). Aber wie gestaltet man dieses Erlebnis und was hat es mit Design oder Vertrieb zu tun?

Wie gestaltet man die User Experience?

UX nimmt eine andere Perspektive ein. Der Produktprozess wird nicht mit Blick nach innen gestaltet, sondern aus Kund:innensicht. Anstatt zu überlegen, wie der Vertrieb am sinnvollsten für das Unternehmen ist, wird er auf die Bedürfnisse des Kund:innen angepasst. Alle Schritte entlang der Wertschöpfung fokussieren sich auf diese Bedürfnisse: Vom Interesse der Kund:innen über den Kauf bis zum After-Sales-Support soll eine nahtlose, intuitive Erfahrung kreiert werden.

Bloß ein gelungenes Produkt anzubieten, reicht heutzutage nicht mehr aus – das gesamte Erlebnis muss stimmen. Diese Customer Journey emotional zu gestalten und durch permanente Evaluation zu verbessern, ist das Kernanliegen des User Experience-Designs.

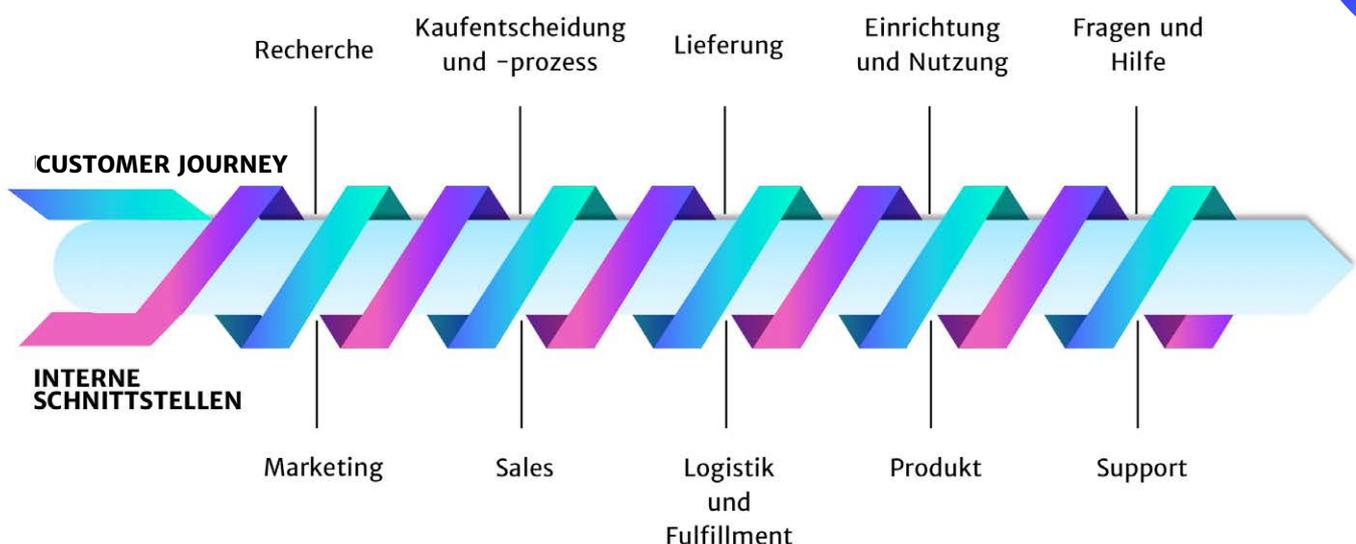
Dafür analysiert man zunächst die Bedürfnisse der Zielgruppe:

- Welche Bedürfnisse hat die Zielgruppe?
- Wo liegen Hindernisse (Pains)?
- Wie schafft man Wert (Gains) für User?

Jeder Berührungspunkt (Touchpoint) von Nutzer:innen mit dem Unternehmen und seinen Produkten und Dienstleistungen wird auf seine Wirkung geprüft: Verringert er potenzielle Pains? Generiert er Gains?

Was ist User Experience?

Die gesamte **Erfahrung** einer Userin oder eines Users mit dem Produkt entlang der Customer Journey



User Experience bei VanMoof

Die Gründer beschäftigten sich intensiv mit den Bedürfnissen ihrer Zielgruppe. Sie fragten sich: „Warum nutzen eigentlich so wenige junge Menschen ein E-Bike?“

Dafür fanden sie viele Gründe. E-Bikes hatten ein funktionales Design, das zu den Bedürfnissen älterer Menschen passte. Der abgesenkte Rahmen erleichtert das Aufsteigen. Auf eine jüngere Zielgruppe wirkte das altmodisch und unästhetisch. Die Fahrräder wurden durch ihren hohen Preis oft gestohlen, aber es war umständlich, sie abzuschließen. Weiterhin frustrierte viele das Einkaufserlebnis, da man Räder meist online nicht kaufen konnte. Smart-Devices mit dem E-Bike zu koppeln und so seine getrackten Leistungen zu synchronisieren, war schlicht nicht möglich.

Um diese Pains ihrer Zielgruppe herum gestaltete VanMoof seine Produktentwicklung. Entlang der kompletten Customer Journey wurden Pains in Gains verwandelt: Motor und Akku werden im Rahmen verbaut. Dadurch ist das Design zeitgemäß und sportlich. Das Schloss ist integriert und öffnet sich per Bluetooth automatisch, sobald man sich dem Rad nähert. Für weitere Sicherheit sorgen GPS-Tracking, eine Integration in die „Find My Apple-Device“-App sowie ein „BikeHunter“-Programm, um verschollene Fahrräder schnell zu finden. E-Bikes von VanMoof kann man sowohl online als auch in Brand Stores kaufen. Dort erwartet den Nutzer eine ansprechende Produktpräsentation. Auch die Verpackung sorgt für ein aufregendes Unboxing (Auspacken). Probleme nach dem Kauf werden durch Support über ein intuitives Ticket-System gelöst. So entsteht insgesamt ein positives Einkaufserlebnis bei der Zielgruppe.



Von Beginn an versteht VanMoof seine Produkte als Mobilitätslösung: Sie bieten kein Fahrrad mit Computer an, sondern ein stimmiges Gesamtpaket mit vielen Vernetzungsmöglichkeiten. Genau danach suchen die meisten Menschen heute: praktische Lösungen, die sich mit anderen Systemen vernetzen lassen. Das sieht man auch an der Team-Struktur: das Software-Team von VanMoof ist fast genau so groß wie die Hardware-Abteilung.



Welchen Mehrwert schafft UX für VanMoof?

Entlang der Wertschöpfungskette analysierte VanMoof alle Berührungspunkte, die sich auf das Erlebnis der Kund:innen auswirken. So wurde ein beliebtes Produkt mit Mehrwert für die User geschaffen: ein schickes, leistungsfähiges E-Bike, das gut gesichert ist und eine große Konnektivität bietet.

Doch der Wert von gutem UX ist nicht nur für die Endnutzer:innen groß, sondern auch für die Marke dahinter: VanMoof konnte seinen Umsatz 2019 von 10 auf 40 Mio. Euro vervierfachen – und erreicht dadurch einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Durch den Fokus auf die echten Bedürfnisse der Zielgruppe wurden Entwicklungsfehler vermieden und damit Kosten gespart. Nutzlose Features oder verwirrende Navigationsstrukturen gibt es nicht, erfolglose Prototypen kommen gar nicht erst an den Markt. Reduziert wurde auch der Aufwand für die Kund:innen-Betreuung. Denn ein gut funktionierendes Produkt sorgt für zufriedene User.

Wer eine gute User Experience kreiert, kann nicht nur erfolgreicher verkaufen, sondern auch eine nachhaltige Kundenbindung erzeugen. Denn Produkte, die von Anfang an Spaß machen, kauft man gern wieder. So bleiben Kund:innen der Marke treu und die Wahrscheinlichkeit einer Weiterempfehlung steigt.

Die Wertschöpfung im Überblick

Durch konsequente User Experience konnte VanMoof einen klaren Wettbewerbsvorteil erreichen. Die **Pains** der Zielgruppe wurden entlang der Customer Journey in **Gains** verwandelt:

✘ Pains herkömmliches E-Bike	✔ Gains E-Bike von VanMoof
Funktionales Design wirkt altmodisch und unästhetisch	Zeitgemäßes Design: Akku und Moto verschwinden im Rahmen
Gefahr von Diebstahl erfordert einen hohen Aufwand beim Abschließen	Integriertes Bluetooth-Schloss mit App-Kopplung
Kein Tracking gestohlener Räder	GPS-Tracking und App-Kopplung gestohlener Räder
Kein Online-Einkauf möglich	Online-Shop und Brand Stores
Support nur vor Ort möglich	Support über ein intuitives Ticket-System

Das UX Qualifizierungsprogramm der Haufe Akademie

Wollen auch Sie Kosten sparen und gleichzeitig höhere Rendite erzielen? Würden Sie gern den Wert Ihrer Marke nachhaltig steigern? Qualifizieren Sie sich weiter und bringen Sie UX Management in Ihr Unternehmen! Denn die Gestaltung einer konsistenten, angenehmen und kund:innenbindenden User Experience über alle Touchpoints hinweg ist eine zukunftsweisende Aufgabe.

Lehrgang | Präsenz oder Online

PO 30798 O 31634

Lehrgang Geprüfte:r UX Manager:in

User Experience als zentrale Steuerungsaufgabe zur Steigerung des Business Value

Bei UX Management ist der Fokus auf das Nutzer:innenerlebnis von Produkten, Services, Websites, Systemen etc. gerichtet. UX steht für User Experience und damit ist der Fokus auf das Nutzer:innenerlebnis. Als UX-Manager:in sorgen Sie für die Steuerung und Integration von UX in Ihrem Unternehmen. Heben Sie Ihre Organisation jetzt vom Wettbewerb ab, indem Sie Nutzer:innenerlebnis und Business-Anforderungen auf einen Nenner bekommen. .

Der Lehrgang Geprüfte:r UX Manager:in besteht aus 2 Modulen + E-Prüfung:

Modul 1: Basistraining UX Management I Modul 2: Aufbautraining UX Management

BASIC

P 30807 O 31628

ADVANCED

O 30800

Basistraining UX Management

Methoden anwenden, Nutzer:innen einbinden, Rentabilität steigern und UX als Wettbewerbsfaktor erkennen und verankern

Dieses Seminar vermittelt alle Aspekte der wertschöpfenden Rolle von User Experience und zeigt Ihnen, wie Sie UX in Ihre Entwicklungsprozesse integrieren und Stakeholder mit Analyse-Ergebnissen überzeugen. So bauen Sie Schritt für Schritt die Grenzen zwischen den Systemen und Touchpoints ab.

Präsenz, 2 Tage oder Online, 4 Wochen

Aufbautraining UX Management

UX-Strategien entwickeln, Prozesse managen, Produkte optimieren

Eine enge Verzahnung von Kundenzentrierung und Unternehmensstrategie und daraus abgeleitete Management-Entscheidungen sind die Grundlage für Risikominimierung in unsicheren Zeiten und nachhaltigen Erfolg. Dieses Training über 5 Monate begleitet mit vielen „UX Hacks“ bei den wichtigen Schritten für mehr Wirksamkeit.

Online, 5 Monate

Die Lern-Experience des Lehrgangs

-  Hintergrundwissen, Methoden und Tools erarbeiten Sie in den Selbstlernphasen
-  In regelmäßigen Aufgaben wenden Sie die neuen Tools auf Herausforderungen Ihres Arbeitsalltags an
-  Neue Methoden werden gemeinsam in Ihrer Lerncommunity ausprobiert
-  Die Trainer:innen unterstützen Sie mit ihrem Wissen
-  Nach erfolgreicher Prüfung erhalten Sie ein Zertifikat

P Präsenz O Online PO Präsenz mit Online

Webinfo-Nr. 31634 einfach in der Suche eingeben 



Über die Haufe Akademie

Die Haufe Akademie ist der führende Anbieter für Qualifizierung und Entwicklung von Menschen und Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Sie berät Unternehmen bei der Entwicklung ganzheitlicher, zukunftsorientierter Weiterbildungsstrategien, immer ausgerichtet an den strategischen Businesszielen des Unternehmens. Im Bereich Digitales Lernen bietet die Haufe Akademie ein umfangreiches E-Learning-Portfolio und ist Spezialist für Lernplattformen und deren individueller Entwicklung und Einführung im Unternehmen.

Jetzt informieren: 

Tel.: +49 761 595339-00

service@haufe-akademie.de

haufe-akademie.de/future-skills-programme/ux-manager

HAUFE.
AKADEMIE