

Vorwort

Die User-Experience-(UX-)Strategie befindet sich an der Schnittmenge von UX-Design und Geschäftsstrategie. Es ist eine Praxis, die, wird sie empirisch durchgeführt, eine viel bessere Chance auf ein erfolgreiches digitales Produkt bietet, als nur die Finger zu kreuzen, einige Wireframes zu entwerfen und dann einen Haufen Code zu schreiben.

Dieses Buch präsentiert ein solides Framework für die Praxis der UX-Strategie. Es ist speziell auf die Erfindung innovativer Produkte ausgerichtet und führt Sie durch zahlreiche leichtgewichtige Techniken, die Sie unabhängig von Ihrer Arbeitsumgebung verwenden können. Die Grundprinzipien der Geschäftsstrategie müssen kein Mysterium sein, das nur jemand mit einem Dokortitel verstehen kann. Strategie ist, genau wie Design, etwas, das man nur durch Üben beherrschen kann.

Wer sollte dieses Buch lesen?

Dieses Buch kümmert sich um die große Wissenslücke zwischen Produktdesign und Geschäftsstrategie. Es wurde mit Blick auf die folgenden Typen von Produktmachern geschrieben.

Produkt/UX-Strategie, Product Manager/Owner, Entrepreneur oder Mitglied eines Innovationsteams in einem Unternehmen

Sie möchten Ihr Team – Designer, Entwickler, Marketer usw. – zu einem erfolgreichen Produkt mit einer reibungslosen UX führen. Allerdings sind Ihre Zeit, Ihr Geld und andere Ressourcen begrenzt, und das bedeutet, dass Sie die Bemühungen Ihres Teams auf effiziente Produktstrategietechniken konzentrieren müssen. Sie verstehen die Lean-Startup-Prinzipien, wollen bei Forschung und Evaluierung sparen, aber Sie wissen auch, dass Sie Entscheidungen auf der Grundlage einer soliden Strategie treffen müssen. Dieses Buch gibt Ihnen und Ihrem Team die notwendigen leichtgewichtigen Werkzeuge an die Hand, um Geschäftsideen zu testen, Wettbewerbsforschung zu betreiben und Marketingkanäle zu validieren.

Produkt-Designer, UX/UI-Designer oder UX Researcher

Sie sind frustriert. Sie haben das Gefühl, ein Rädchen im Getriebe zu sein, das Design- oder Studienergebnisse liefert. Sie möchten, dass Ihre Arbeit innovativer und ganzheitlicher wird, jedoch sind Sie nicht an der Produktdefinition auf strategischer Ebene beteiligt. Sie befürchten, dass Sie an eine Karrieremauer stoßen, weil Sie keinen betriebswirtschaftlichen Abschluss oder Marketingkenntnisse haben. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie sich in den folgenden Situationen durchsetzen können:

- Sie haben den Auftrag, User Flows und Wireframes für ein Produkt zu erstellen, von dem Sie glauben, dass es nur ein Abklatsch eines bestehenden Produkts ist. Sie wollen nicht die nächsten sechs Monate damit verbringen, das Rad neu zu erfinden. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie innovativ sein können, indem Sie systematisch Funktionen Ihrer Mitbewerber und Konkurrenten herauspicken und sie mit einem Weniger-ist-mehr-Ansatz integrieren.
- Sie haben Stakeholder, die sich zu 100 % sicher sind, dass ihre Produktvision richtig ist, und Ihnen wird gesagt, Sie sollen sie so umsetzen, wie sie ist. Sie wollen Marktforschung betreiben, um von der ursprünglichen Vision abzuweichen, aber Sie bzw. Ihr Team erhält hierfür kein Budget. In diesem Buch werden verschiedene Möglichkeiten aufgezeigt, wie man unabhängig von der Situation als Intrapreneur agieren und Fakten zusammentragen kann.
- Sie haben ein bestehendes Produkt und sollen neue Features entwickeln, um neue Kunden zu gewinnen und das Engagement zu erhöhen. Dieses Buch zeigt Ihnen, wie Sie mittels Rapid Prototyping schnell Experimente entwerfen, um Konzepte durch Online-Nutzerforschung und Landingpage-Smoke-Tests zu validieren.

Warum ich dieses Buch schrieb

Was mich auf Trab gehalten hat, während ich als Produktdesignerin arbeitete, war meine Tätigkeit als Teilzeitprofessorin für die sich entwickelnde Disziplin des User Interface (UI) Designs und der Produktstrategie. Seit 1993 habe ich alle möglichen Gruppen unterrichtet, von Graduiertenkursen für Ingenieur- und Psychologiestudierende bis hin zu Volkshochschulkursen für Berufstätige, die ihre Karriere mit marktgerechteren Fähigkeiten neu ausrichten wollten. Aber in keiner dieser Situationen fand ich ein perfektes Buch, das meinen Studierenden alles gab, was sie brauchten. Stattdessen wurde an mich ständig die Bitte herangetragen, meine Präsentationen, Beispieldokumente und Vorlagen zu teilen. Ich habe dieses Buch geschrieben, um endlich in einer Ressource alles

zu konsolidieren, was ich über die Praxis der UX-/Produktstrategie weiß und was ich durch meine Arbeit mit Start-ups, Agenturen und Unternehmen gelernt habe.

Außerdem hoffe ich, dass angehende Strategen von meiner langjährigen Berufserfahrung profitieren können. Ich habe in meinem beruflichen und privaten Leben viele Höhen und Tiefen erlebt, die meine Einstellung zu Versuch und Irrtum geprägt haben. Deshalb wollte ich auch von Anfang an kein trockenes Business- oder Technikbuch schreiben. Stattdessen wollte ich ein Buch schreiben, das die Vitalität und Veränderlichkeit dessen beschreibt, was wir in der realen Welt des technologischen Fortschritts tatsächlich erleben. Ich wollte den unternehmerischen Geist darstellen, bei dem es nicht nur um Erfolg oder Techniken geht, die immer funktionieren. Ich wollte diese Reise mit Ihnen teilen, in der Hoffnung, dass Sie auf diesem Weg nicht so viele Schrammen abbekommen werden, wie ich sie abbekommen habe.

Wie dieses Buch aufgebaut ist

Der Aufbau dieses Buch orientiert sich daran, wie ich meinen Prozess im Laufe der Jahre verfeinert habe. Daher ist die erste Möglichkeit, dieses Buch so zu lesen, wie es ursprünglich gedacht war – als Anleitung für die Entwicklung eines innovativen Produkts. Wenn Sie es auf diese Weise lesen wollen, sollten Sie mit einer Idee oder einem Problem beginnen, das Sie durch eine Benutzeroberfläche lösen wollen, denn der einzige Weg, schwimmen zu lernen, ist, in den Pool zu steigen und sich mit dem Unbekannten vertraut zu machen. Während Sie und Ihr Team sich von vorne nach hinten durch die einzelnen Kapitel bewegen, werden Sie die Techniken in einer linearen Reihenfolge kennenlernen. Wenn Sie dann mit allen Techniken vertraut sind, können Sie diese zukünftig in der Reihenfolge anwenden, die für Sie am besten funktioniert.

Das Buch besteht aus 10 Kapiteln. Kapitel 1 legt fest, was UX-Strategie und Produktstrategie sind. Kapitel 2 stellt das UX-Strategie-Framework vor, das alle Werkzeuge und Techniken in diesem Buch prägen wird. In den Kapiteln 3 bis 9 lernen Sie, wie Sie die Techniken der Produktstrategie anwenden. Und schließlich bindet Kapitel 10 den Sack mit einer kurzen Schlussfolgerung zu.

Was ist das UX-Strategie-Toolkit?

Für dieses Buch gibt es ein kostenloses Toolkit, damit Sie und Ihre Teams sofort damit beginnen können, eine gültige Strategie für Ihr Produkt zu entwickeln. Ich habe diese Werkzeuge über Jahre hinweg mit Kunden verfeinert und sie sowohl für die Zusammenarbeit als auch für die Ausgabe von Ergebnissen

verwendet. Sie mögen auf den ersten Blick unhandlich erscheinen, aber sie sind ein wichtiger Ausgangspunkt, um grundlegende Taktiken zu lernen. Im Laufe der Lektüre werden Sie auf ausführliche Erklärungen zur Funktionsweise und den Vorteilen der einzelnen Tools stoßen. Das Toolkit befindet sich in einer Arbeitsmappe, die Sie mit unterschiedlichen Tabellenkalkulationsprogrammen online und offline bearbeiten können.

Die englischsprachige Version des kostenlosen UX-Strategie-Toolkits können Sie von dieser Website herunterladen: <https://userexperiencestrategy.com>.

Erstellen Sie eine Kopie dieser Arbeitsmappe. Wenn Sie Google Sheets bevorzugen, vergewissern Sie sich, dass Sie in Ihrem Google-Konto angemeldet sind und klicken Sie auf **Datei | Kopie erstellen**. Wenn Sie Microsoft Excel bevorzugen, klicken Sie auf **Datei | Herunterladen | Microsoft Excel (.xlsx)**. Mit Ihrer eigenen Kopie haben Sie Bearbeitungs- und Freigabeberechtigungen, sodass Sie die Arbeitsmappe für Ihr Team freigeben können. Am unteren Rand des Arbeitsblatts befinden sich Registerkarten, mit denen Sie zwischen den verschiedenen Werkzeugen umschalten können.

Die deutsche Fassung des Toolkits können Sie in Form einer Excel-Arbeitsmappe von dieser Website herunterladen: <https://www.oreilly.de/ux-strategie>.

UX-Strategie erfordert die Zusammenarbeit zwischen Teammitgliedern und Stakeholdern. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie Studierende in einem Seminarraum, ein junges Start-up oder ein funktionsübergreifendes Team in einem Unternehmen sind. Die Techniken funktionieren nur dann, wenn Sie *alle* das gemeinsame Ziel haben, durch Experimentieren eine Lösung zu finden. Die beste Art der Zusammenarbeit im digitalen Zeitalter sind Cloud-basierte Tools. Das Cloud-basierte Toolkit für dieses Buch hilft Ihnen, Ihre Teams vor Ort und aus der Ferne auf eine Produktvision auszurichten. Außerdem ist es großartig, weil Sie synchron und asynchron an demselben Dokument zusammenarbeiten können.

Wie Sie uns erreichen

Mit Anmerkungen, Fragen oder Verbesserungsvorschlägen zu diesem Buch können Sie sich jederzeit an den Verlag wenden: komentar@oreilly.de

