

DIGITALISIERUNG IM HANDEL



Wie der Besucher meiner Website zum Kunden wird

07.07.2016



Content



Worauf es ankommt

User Interface



Das Werkzeug

User Experience



Der „Genuss“ (Konsum)

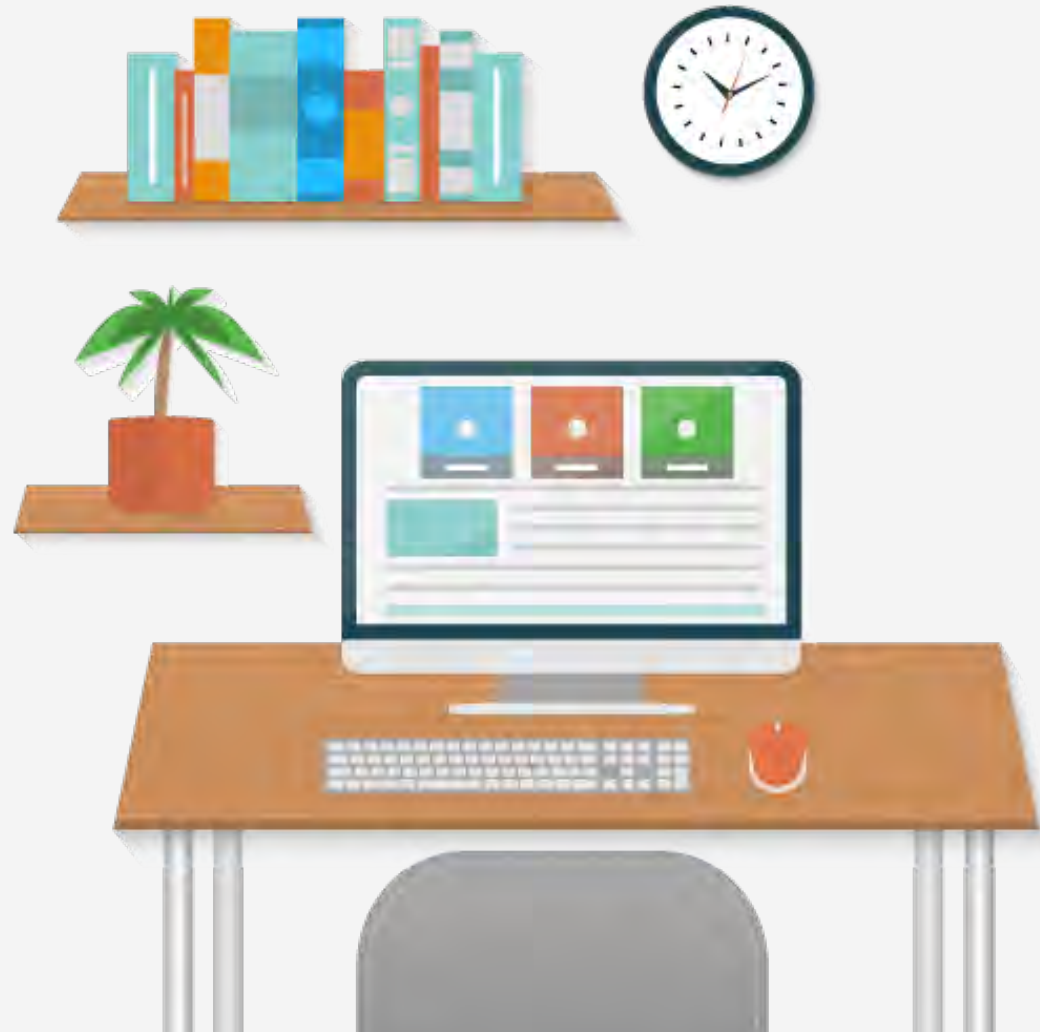
Content: Inhalt



User Interface



User Experience: Nutzererlebnis



User

User: Besucher der Website





Der User
ist faul.



Der User
hat einen
Spieltrieb.

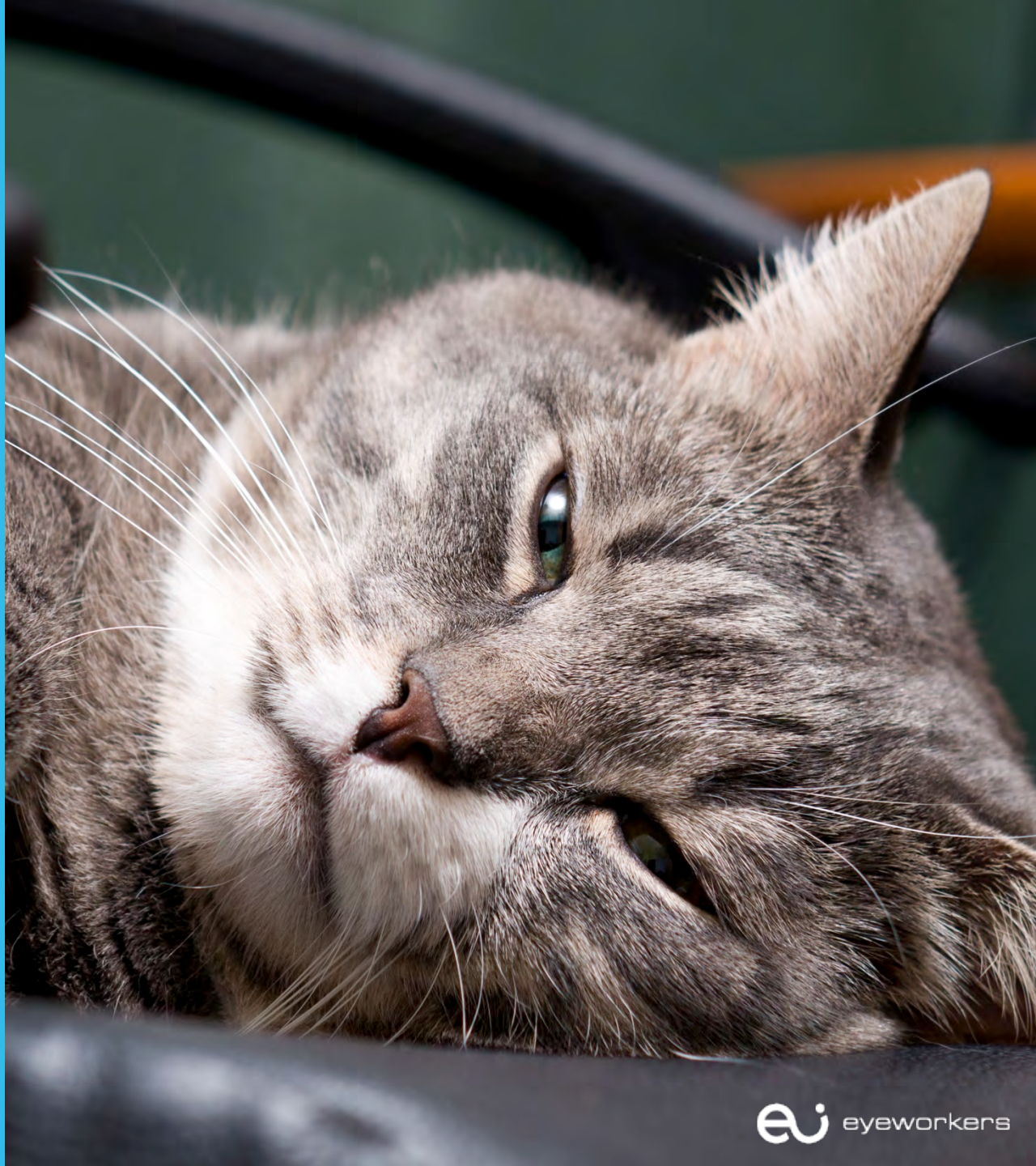
User soll sich auf Ihrer
Website wiederfinden

Was also tun?

Fokussierung

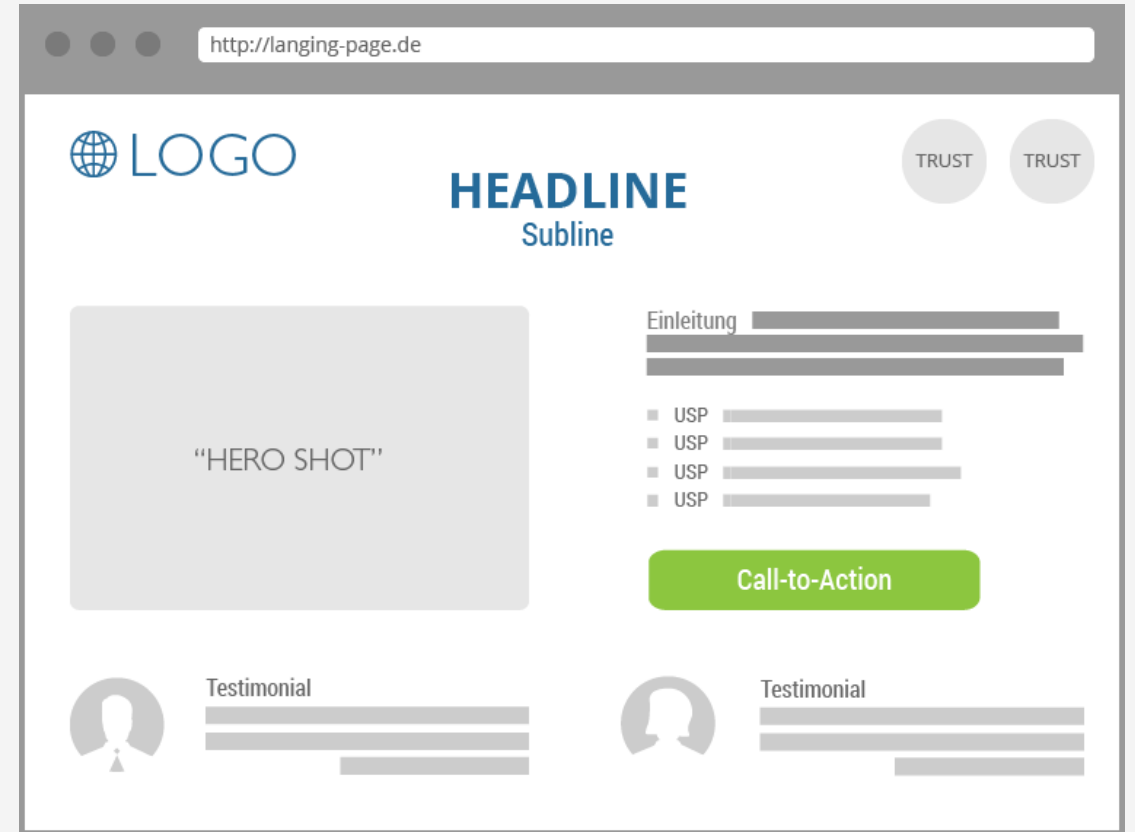
- Inhalte fokussiert anbieten
- Besonderes Produkt vorstellen

> LANDINGPAGE



Landingpage

- User zum Kaufen, Downloaden oder Kontaktieren animieren
- Call-To-Action Button
- Gute Möglichkeit für Suchmaschinenoptimierung



Interaktion

- Spielerischer Einstieg in ein Thema oder Produkt

> KONFIGURATOR
> STORYTELLING
> HOT SPOTS



Konfigurator

☰ SCHMUCKSTÜCK FINDEN

FINDEN SIE IHREN RING

Welcher Typ sind Sie?



Die Auswahl bestimmt den zu Ihnen passenden Goldtyp: Gelbgold oder Weißgold.

↶ Filter zurücksetzen

↷ Überspringen

➤ WEITER

SCHMUCKSTÜCK FINDEN

FINDEN SIE IHREN RING

Welcher Typ sind Sie?



Die Auswahl bestimmt den zu Ihnen passenden Goldtyp: Gelbgold oder Weißgold.

 Filter zurücksetzen

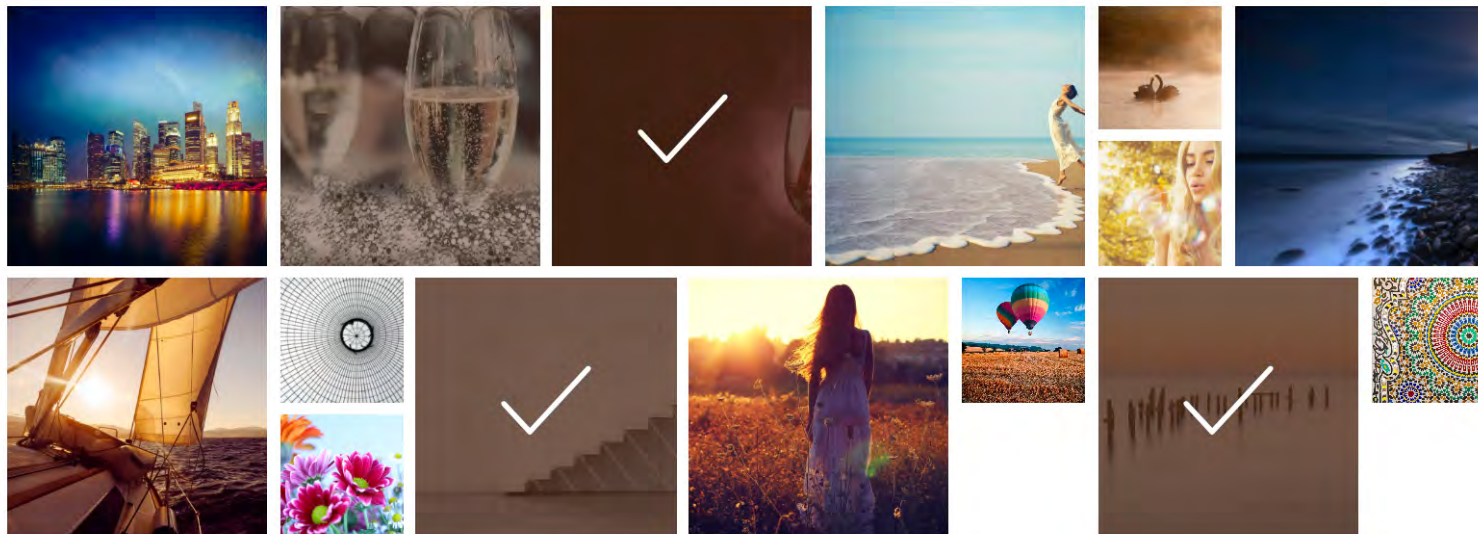
 Überspringen

 WEITER

SCHMUCKSTÜCK FINDEN

WELCHE STIMMUNG PASST ZU IHNEN?

Welche Emotionen verbinden Sie mit dem gesuchten Ring?



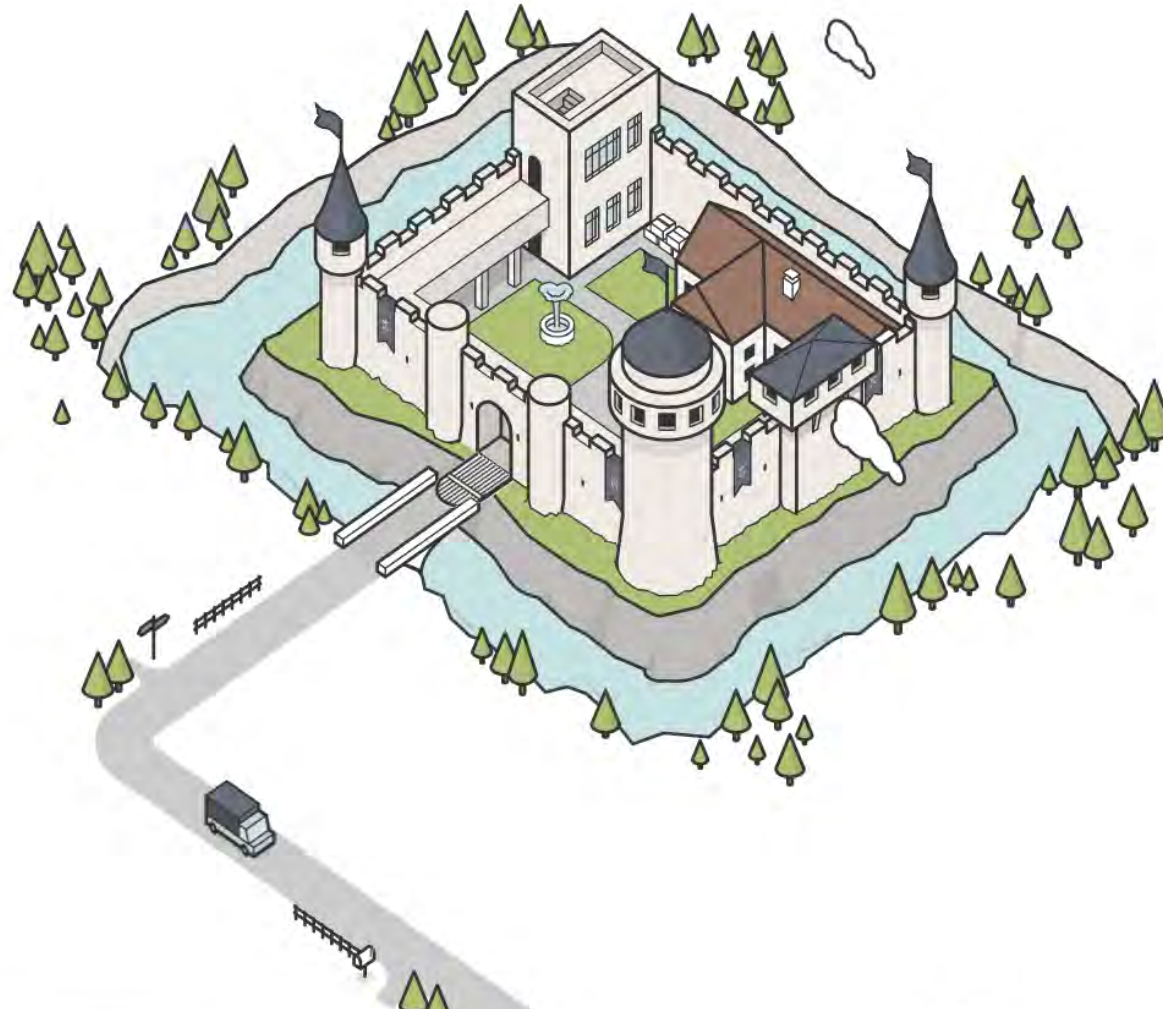
Die Auswahl bestimmt die Struktur, Farbe und den Stil des Ringes, der zu Ihnen passt.
Wählen Sie bis zu fünf Emotionsbilder aus.

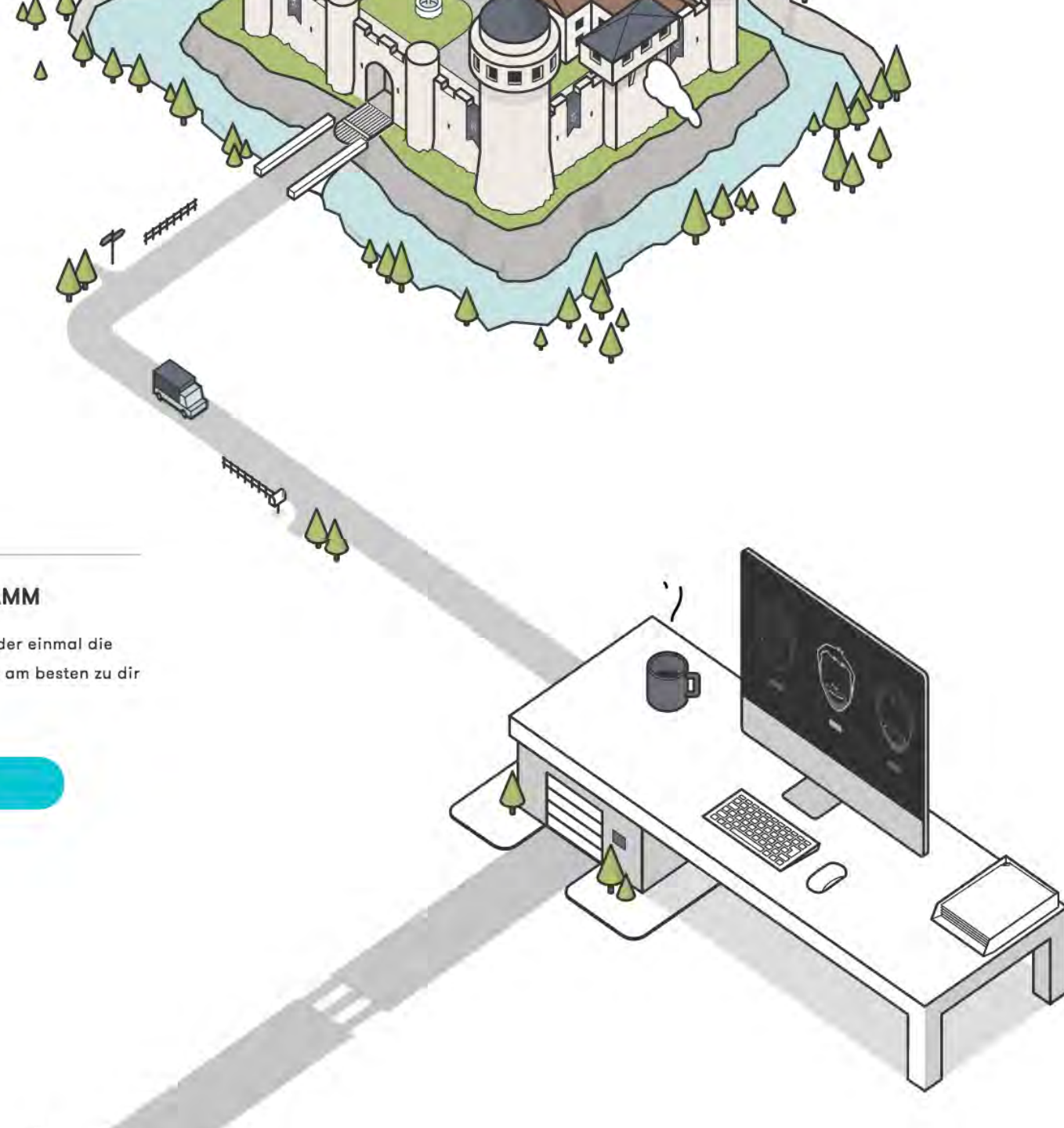
 Filter zurücksetzen

 Überspringen

 **ERGEBNISSE ZEIGEN**

Storytelling



An isometric illustration showing a winding road that starts at a castle on a hill in the upper left, passes a truck, and ends at a computer desk in the lower right. The road is grey with white dashed lines. The castle has a large tower and is surrounded by green trees and a blue river. The computer desk is white with a large monitor, a keyboard, a mouse, and a mug. The monitor displays a stylized face. The background is a light grey gradient.

1. WÄHL DEIN PROGRAMM

Rasierst du dich jeden Tag? Oder einmal die Woche? Wähl den Service, der am besten zu dir passt.

ICH WILL WÄHLEN!

HotSpots



Für Ihre Sicherheit tun wir alles

Entwicklung und Konstruktion.
Projektsteuerung und Kundenkontakt.
Fertigung und Montage.
Ausgangsprüfung und Versand. Ihre
Sicherheit geben wir nicht aus der Hand – wir realisieren sie konsequent unter eigener Regie.

Merkzettel

- ✓ User First
- ✓ Content + User Interface
- ✓ User Experience
- ✓ Potentielle Kunden auf die Website bringen



10 – 40 Sekunden

10 – 40 Sekunden

- Durchschnittliche Verweildauer
- Die Zeit, den User zu überzeugen



Wie kann man den User
überzeugen?

Vertrauen

Bauen Sie Vertrauen zwischen
Ihrer Website und dem User auf

1. Navigation

Strukturierte User

- Systematisch
- User geht strukturiert vor
- Navigiert mit Menü

> KLARE NAVIGATION





Vielfalt in über 80 Shops in den MERCADEN® BÖBLINGEN

Textil | Modeschmuck

- EG 3 Bijou Brigitte
- EG 18 Bonita
- EG 15 BSB
- EG 43 Camp David
- EG 19 Cecil
- UG 76 Colloseum
- OG 51 C&A
- UG 83 Ernsting's Family
- EG 28 H&M
- OG 28 H&M
- EG 37 hunkemöller
- OG 62 Juwelier Esters
- EG 36 K&L Ruppert
- OG 55 Lascana
- OG 59 Marc O'Polo / opus
- OG 66 mister*lady
- EG 32 New Yorker
- OG 32 New Yorker
- EG 6 Orsay
- EG 31 Sergent Major
- EG 7 s'Oliver
- OG 45 Schlafgut
- EG 20 Swarovski
- UG 77 TK Maxx
- EG 30 Tom Tailor

Schuhe | Lederwaren

- UG 79 CCC shoes & bags
- OG 46 Humanic
- OG 60 Leder Maurer
- OG 50 Reno
- OG 54 RunnersPoint
- EG 9 Shootown Werdich
- EG 17 Sidestep
- EG 5 Snipes
- EG 16 Tamaris

Schreib- und Spielwaren Bücher | Geschenkartikel

- UG 82 Depot
- EG 25 Jochen Schweizer
- EG 29 Lotto Totto Tabak
- OG 47 Osiandersche Buchhandlung
- EG 34 Sabina
- UG 72 Xenos

Lebensmittel

- UG 73 Edeka
- EG 4 Hüssel Coniserie
- UG 87 mythos & monello
- OG 70 Südtiroler Spezialitäten

Gastronomie

- EG 27 Back Ground Frech
- EG 42 Casa d'Italia
- EG 21 Cigköftem
- OG 63 Curry One
- EG 1 Dunkin Donuts
- OG 64 Eiscafé
- OG 71 Eiscafé
- EG 35 Gelateria Eiscafé
- UG 74 Hotalo
- UG 85 immergrün
- EG 39 Isst doch Wurschd
- EG 41 Keim Backparadies
- EG 26 Herr Kächele
- UG 78 K&U Backkultur
- EG 2 Mc Donald's
- EG 40 nedo Döner & Burger
- EG 23 Thai Cuisine

Gesundheit Kosmetik | Optik

- OG 67 Beauty Club Nails
- OG 56 beautyhairshop
- EG 12 Drogerie Müller
- OG 12 Drogerie Müller
- OG 69 Fielmann
- UG 75 HairExpress
- OG 44 essanelle Ihr Friseur
- OG 61 KRASS Optik
- OG 52 style nails
- EG 10 Super Cut
- OG 89 Remass Massagesessel

Dienstleistung | Elektronik

- EG 84 Charge Meister Smartphone Aufladestation
- EG 33 DER Reisebüro
- OG 49 Kiddieland
- EG 22 Kreissparkasse BB
- EG 24 Kreiszeitung BB Ticketshop

- OG 81 Media Markt | ab Mai 2016
- EG 14 mobilcom debitel
- OG 57 O₂
- OG 86 Schuh- und Schlüsseldienst
- EG 13 Telekom
- EG 8 Vodafone
- EG 11 Volksbank EC Automat
- UG 80 Elit Textilreinigung und Änderungsschneiderei

Informationsstand	Geschenkgutscheine	Smartphone Aufladestation
Gastronomie	Kunden-WC	Aufzüge
Kinderwelt	Behinderten-WC	Treppenhaus
Schließfächer	Wickelraum	Ebene C Center-Management
Parkdecks	Defibrillator	

P1	P2	P3	C
Parkdeck 1	Parkdeck 2	Parkdeck 3	Ebene C
2. Obergeschoss			Zugang zum Center-Management über Aufzug Ebene C



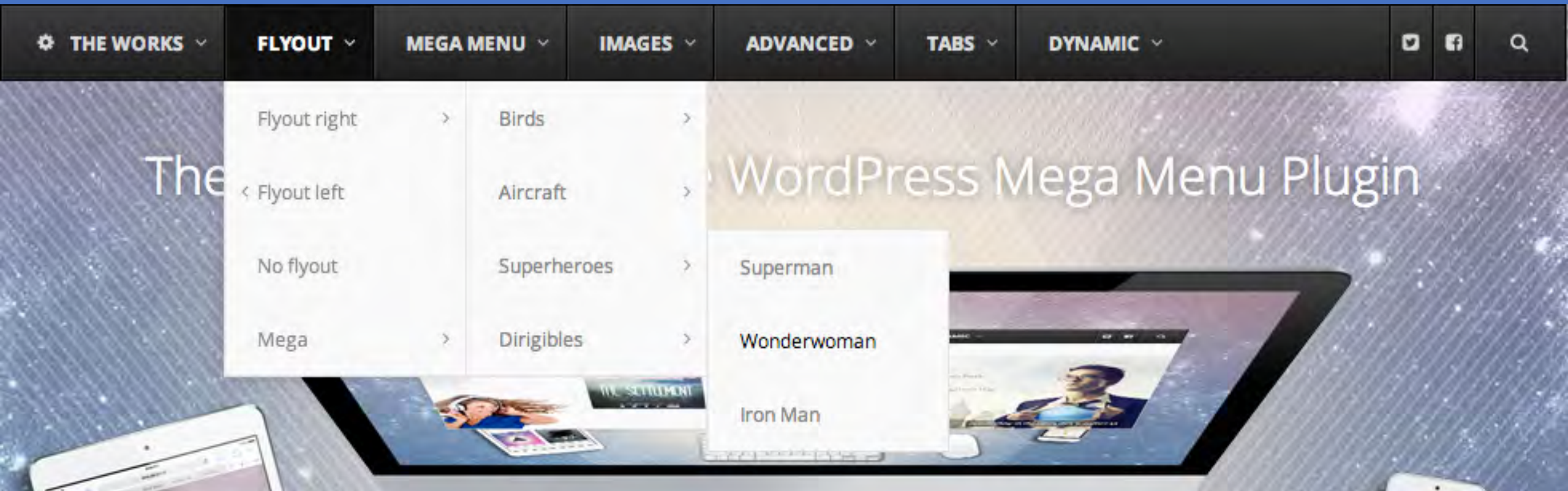
Navigation

- Klare Struktur
- Max. 3 Klicks zum Ziel
- Pfadhistorie (Breadcrumb)



Start > Schmuck > Ringe

Flyout Menü



[Überblick](#)

[Unternehmer](#)

[Gründer](#)

[Investoren & Partner](#)

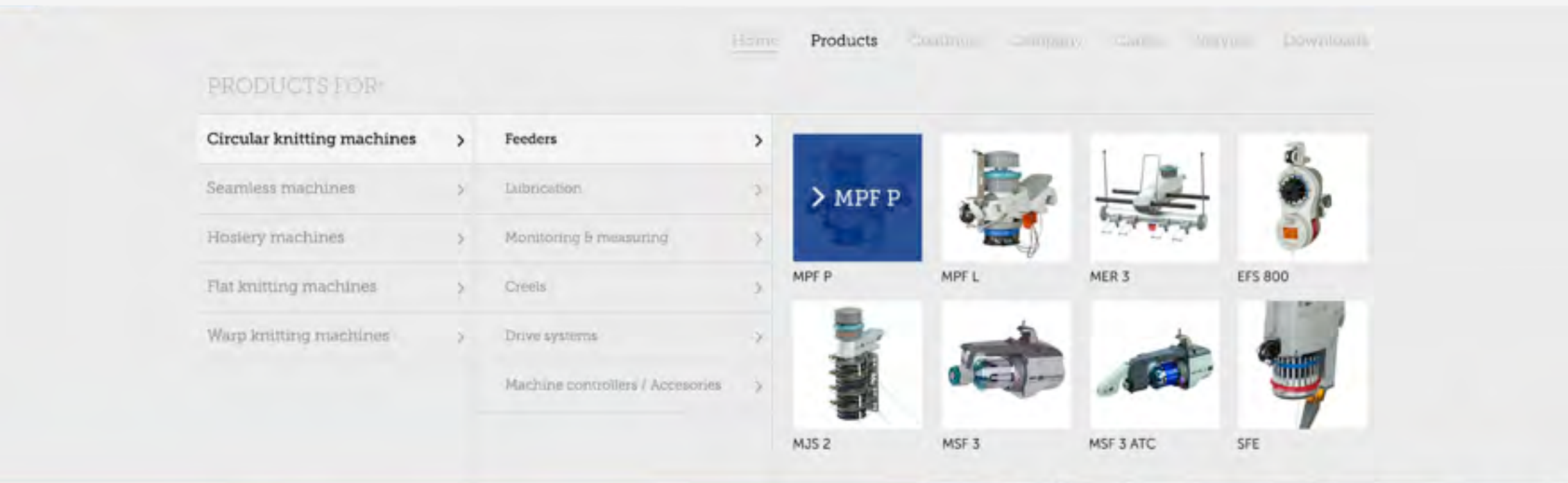
[Studenten](#)

[Forschung & Lehre](#)

DYNAMO das sind die **Sieger**
nächster Brennpunkt 19. September

Neue Videos im Veranstaltungsarchiv

Megamenü



⚙ THE WORKS ▾

FLYOUT ▾

MEGA MENU ▾

IMAGES ▾

ADVANCED ▾

TABS ▾

DYNAMIC ▾



Patagonia



Banff National Park



Yosemite National Park



Santorini

START

> SCHMUCK NEUE KOLLEKTION ENTDECKEN

WAHRE WERTE

MANUFAKTUR

KONTAKT

Neue Kollektion entdecken

Ringe

Colliers

Ohrringe

Amulette und Ronden

Armbänder

Jahresringe

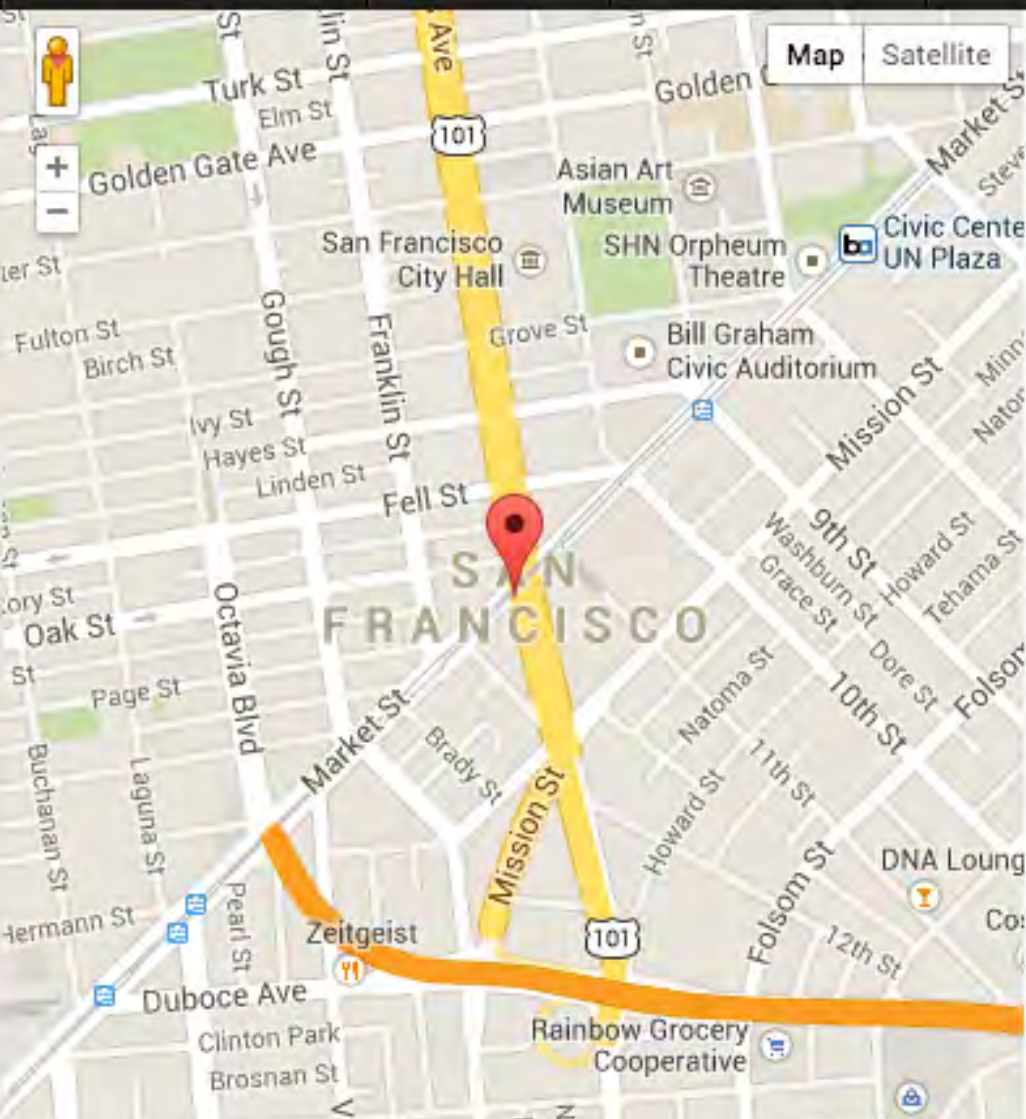
Trauringe

Männerwelt

SCHMUCKSTÜCK FINDEN

Finden Sie heraus, welches Schmuckstück
zu Ihnen passt





Shortcodes & Widgets

Add widgets or shortcodes to your menu to completely customize its contents.

This is a dummy Contact Form 7 form which inherits styles from the theme.
Messages submitted via this demo form will not be received.



Emotionale User

- Kontext geführt
- User lässt sich treiben
- Nutzt Verlinkungen innerhalb des Contents

> INHALTSBEZOGENE
NAVIGATION





Inhaltsbezogene Navigation



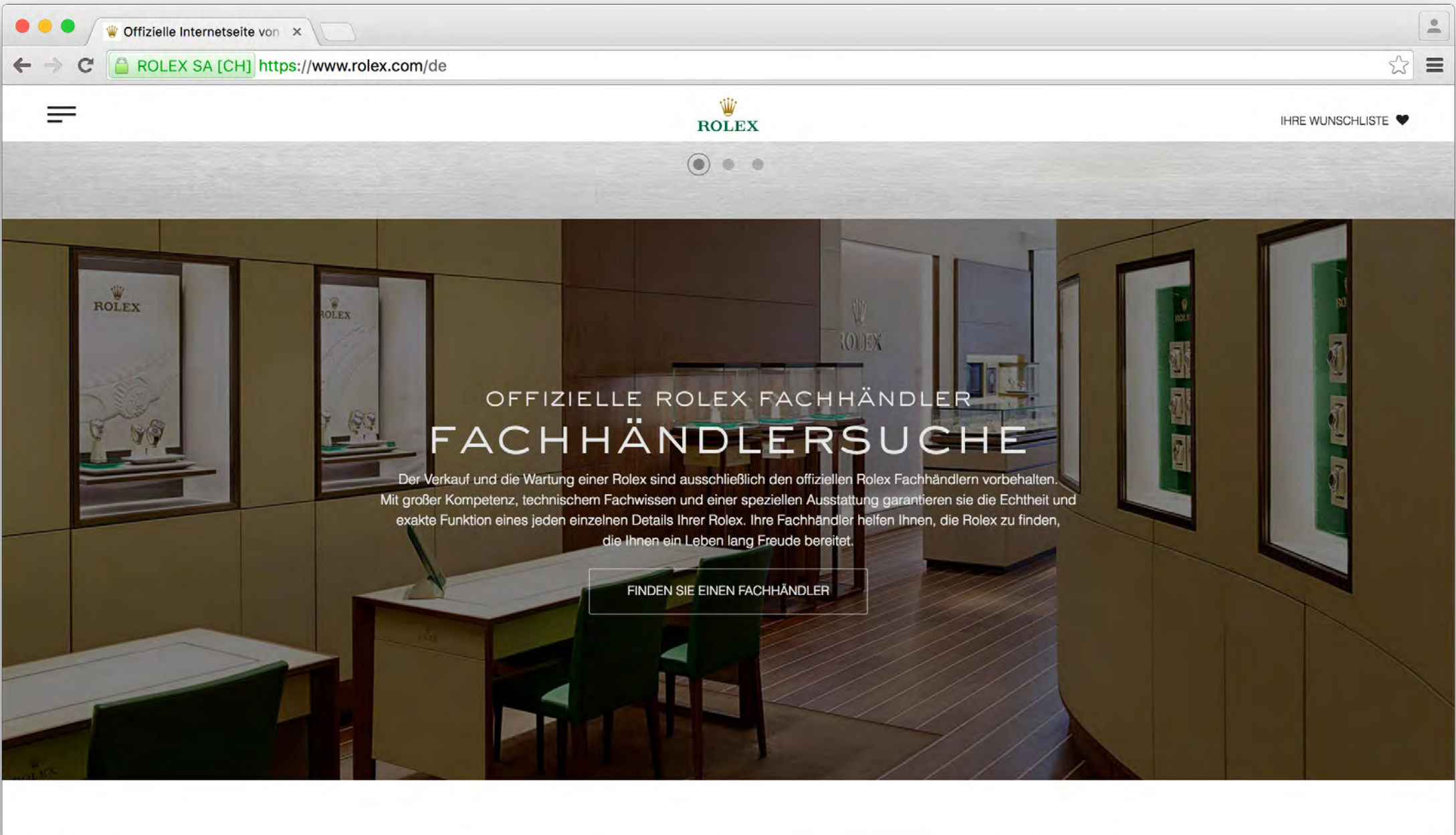
IHRE WUNSCHLISTE 

OYSTER PERPETUAL DATEJUST 41

Rolex präsentiert die neue Generation seines klassischen Modells Oyster Perpetual Datejust. Dieses neue Modell verfügt über ein modernisiertes Design mit 41-mm-Gehäuse und ist mit dem Kaliber 3235 ausgestattet, einem neuen Uhrwerk, das die Vorreiterrolle von Rolex in der Uhrmacherkunst unterstreicht.

ERFAHREN SIE MEHR







IHRE WUNSCHLISTE ♥

LEISTUNGSFÄHIGKEIT UND PRESTIGE ROLEX ARMBANDUHREN

Rolex Armbanduhren werden aus den edelsten Materialien und mit größter Liebe zum Detail gefertigt. Rolex entwirft, entwickelt und fertigt jede Komponente selbst, damit sie den höchsten Anforderungen entspricht.



Oyster Perpetual
OYSTER PERPETUAL



Oyster Perpetual
LADY-DATEJUST



Oyster Perpetual
PEARLMASTER



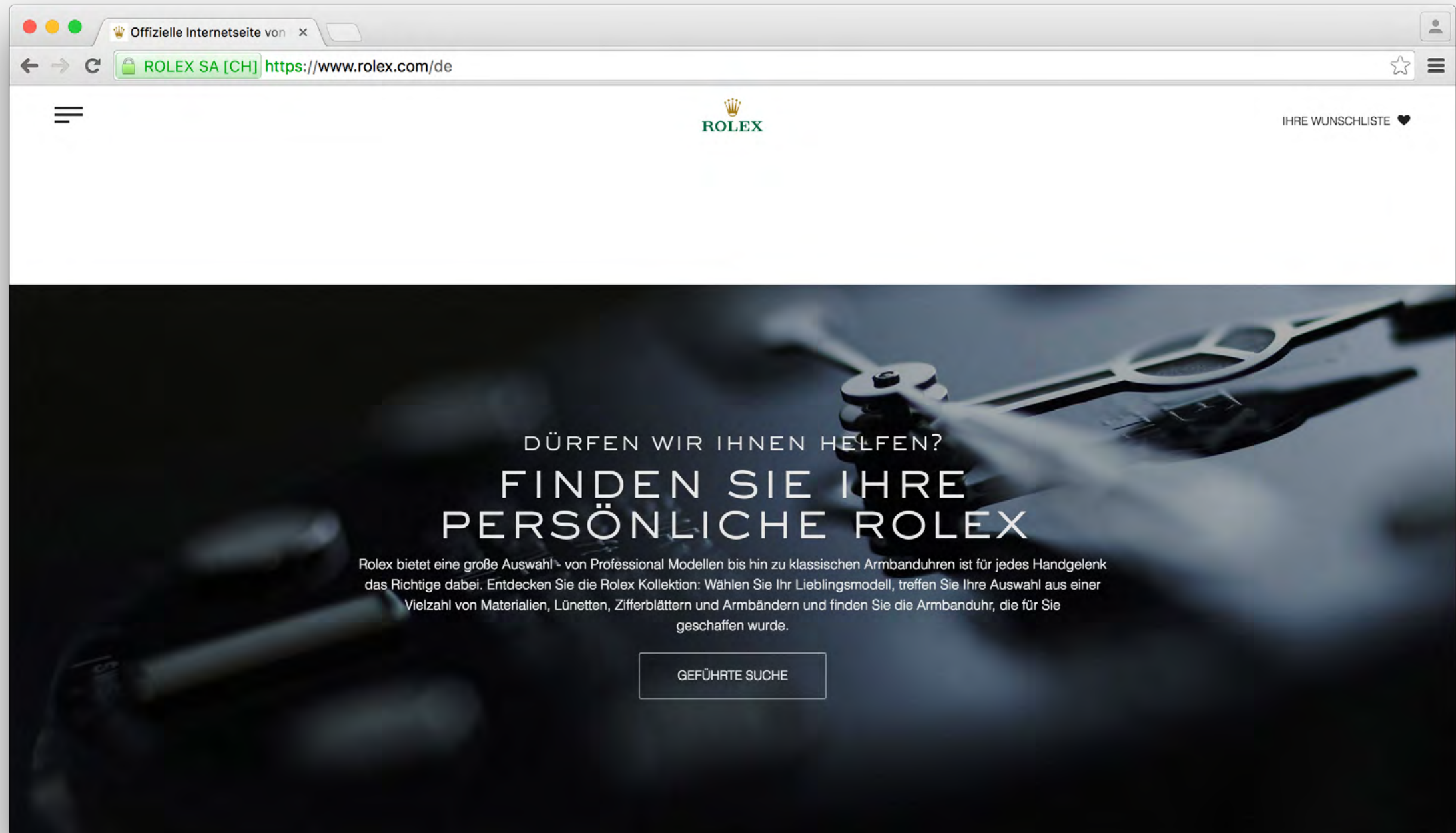
Oyster Perpetual
DATEJUST



Oyster Perpetual
DAY-DATE



Oyster Perpetual
SKY-DWELLER



DÜRFEN WIR IHNEN HELFEN?

FINDEN SIE IHRE PERSÖNLICHE ROLEX

Rolex bietet eine große Auswahl - von Professional Modellen bis hin zu klassischen Armbanduhren ist für jedes Handgelenk das Richtige dabei. Entdecken Sie die Rolex Kollektion: Wählen Sie Ihr Lieblingsmodell, treffen Sie Ihre Auswahl aus einer Vielzahl von Materialien, Lünetten, Zifferblättern und Armbändern und finden Sie die Armbanduhr, die für Sie geschaffen wurde.

GEFÜHRTE SUCHE



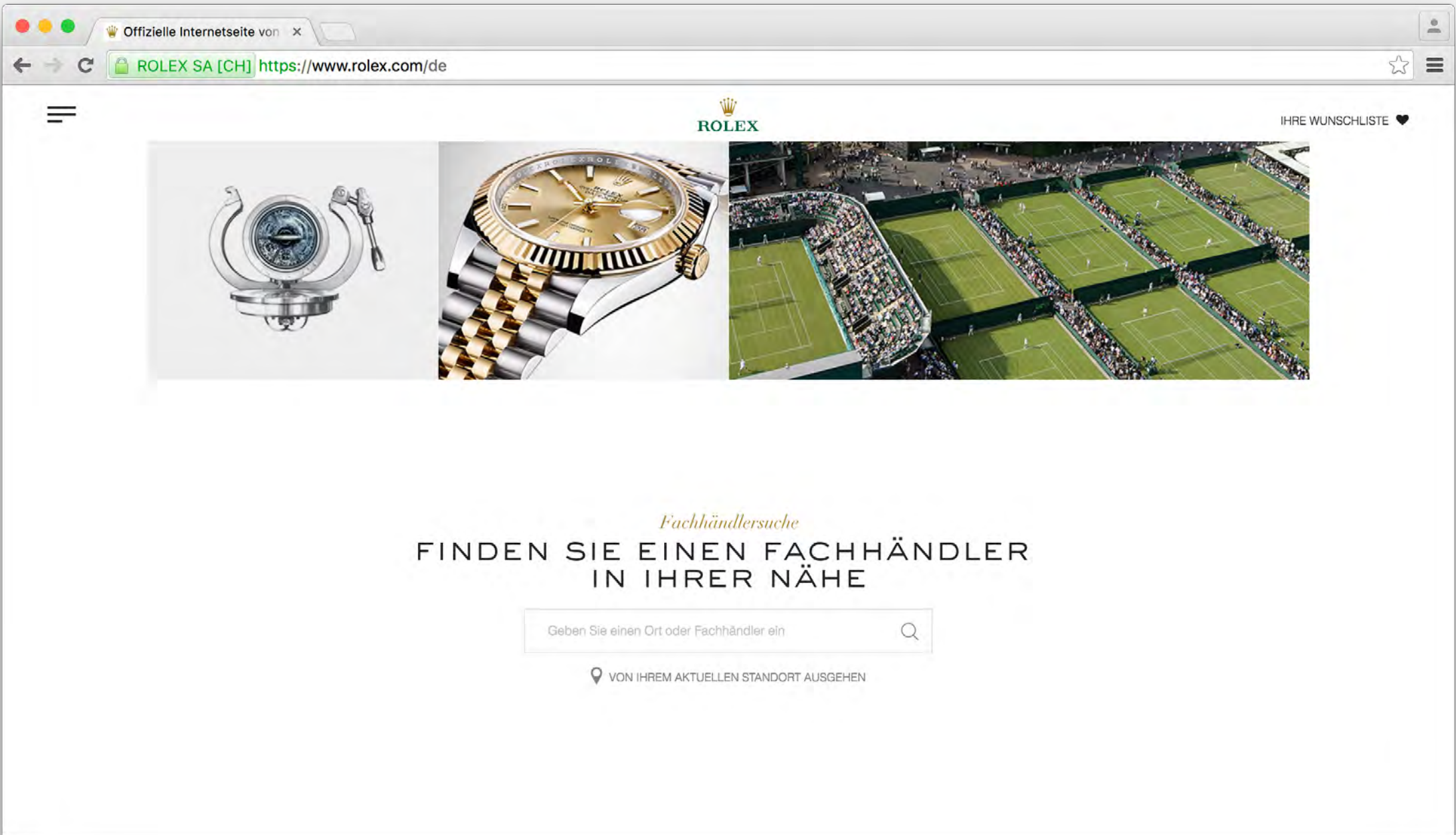
IHRE WUNSCHLISTE ♥

ROLEX WELTWEITER KUNDENDIENST

Der hohe Anspruch an die Qualität einer Wartungsdienstleistung von Rolex stellt sicher, dass jede Oyster, die unsere Werkstätten verlässt, ihre ursprünglichen funktionellen und ästhetischen Merkmale aufweist.

ERFAHREN SIE MEHR





Offizielle Internetseite von

ROLEX SA [CH] https://www.rolex.com/de

MENÜ SCHLIESSEN

STARTSEITE

—

ARMBANDUHREN

—

ALLE ROLEX ARMBANDUHREN

NEUHEITEN 2016

AUSGEWÄHLTE MODELLE

GEFÜHRTE SUCHE

UHRMACHERKUNST

DIE WELT VON ROLEX

—

DIE HISTORIE VON ROLEX

ROLEX UND DER SPORT

KUNST UND KULTUR

FORSCHUNG UND WISSENSCHAFT

FACHHÄNDLER

—

FACHHÄNDLERSUCHE

FINDEN SIE EIN SERVICEZENTRUM



Fachhändlersuche

FINDEN SIE EINEN FACHHÄNDLER
IN IHRER NÄHE

Geben Sie einen Ort oder Fachhändler ein

VON IHREM AKTUELLEN STANDORT AUSGEHEN

Merkzettel

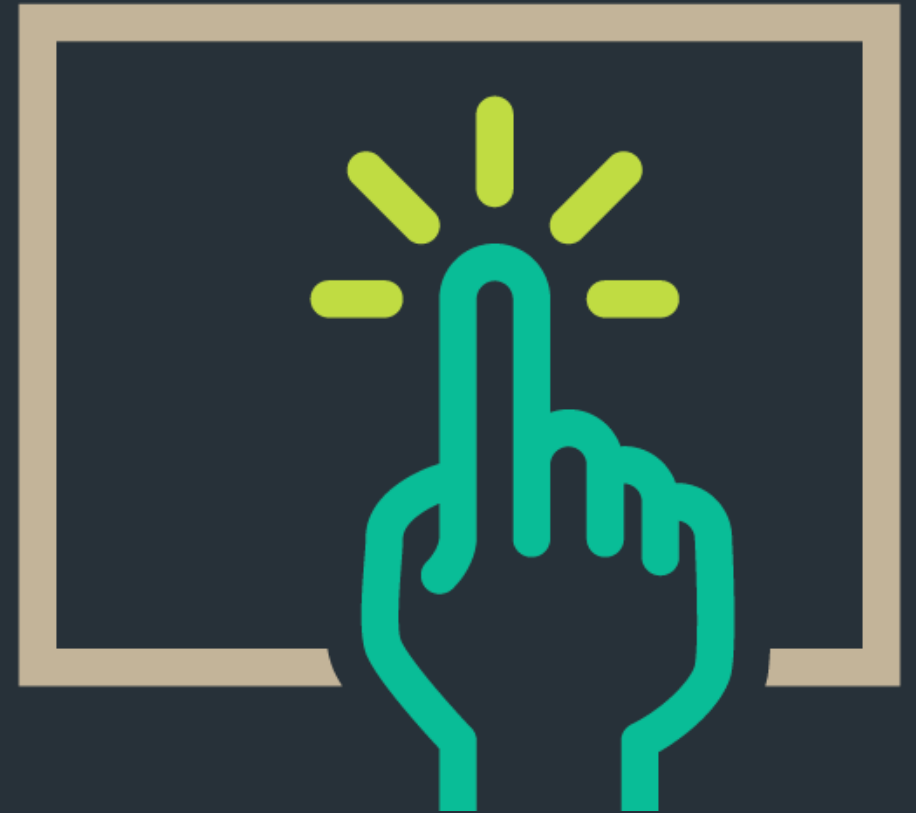
- ✓ 10 – 40 Sekunden
- ✓ Vertrauen zwischen Website und User
- ✓ Strukturierte Navigation
- ✓ Inhaltsbezogene Navigation

2. Gute Benutzerführung

Call-To-Action

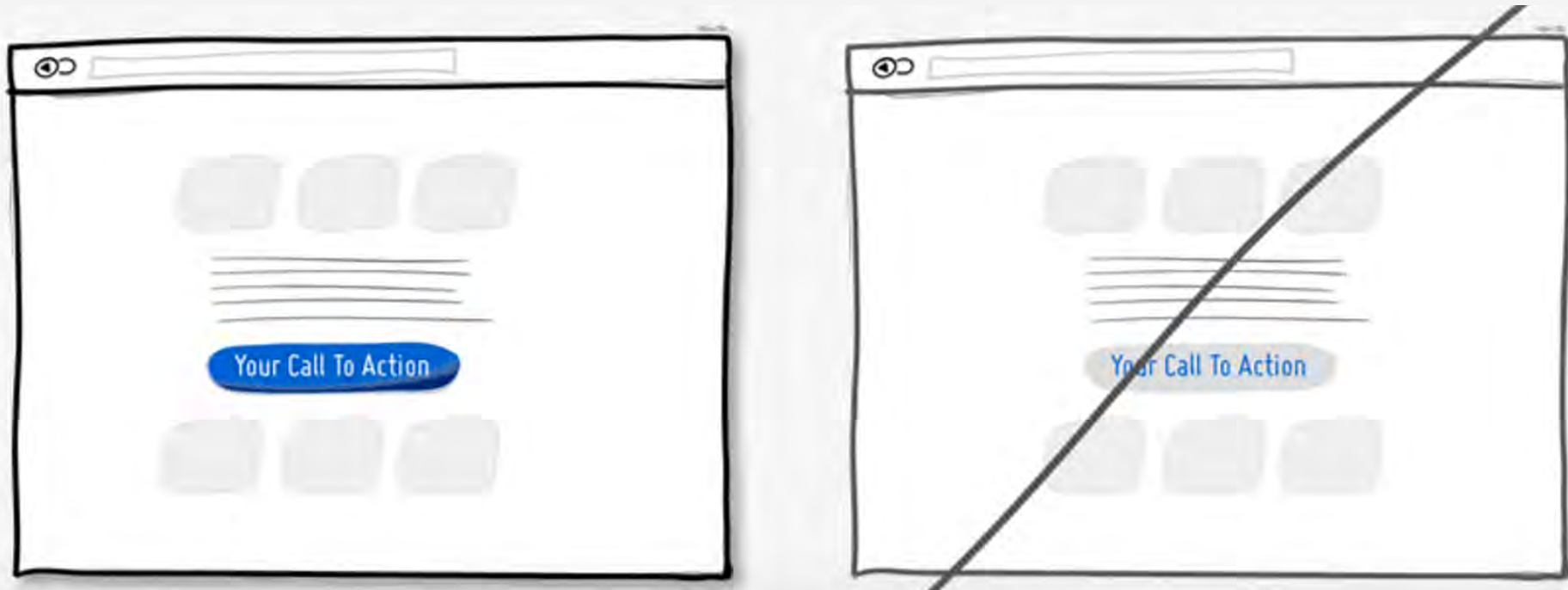
- Entscheidungen abnehmen
- Aktion anbieten

> EIN CTA-BUTTON

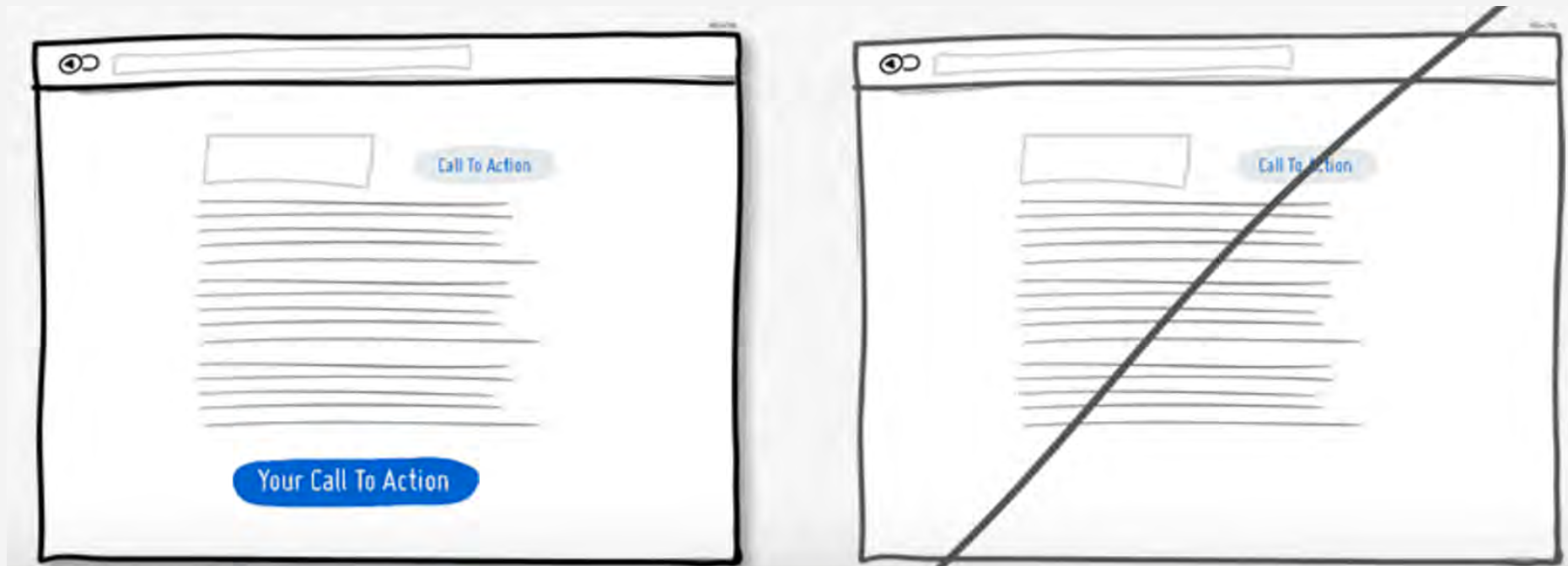


Call-To-Action Button

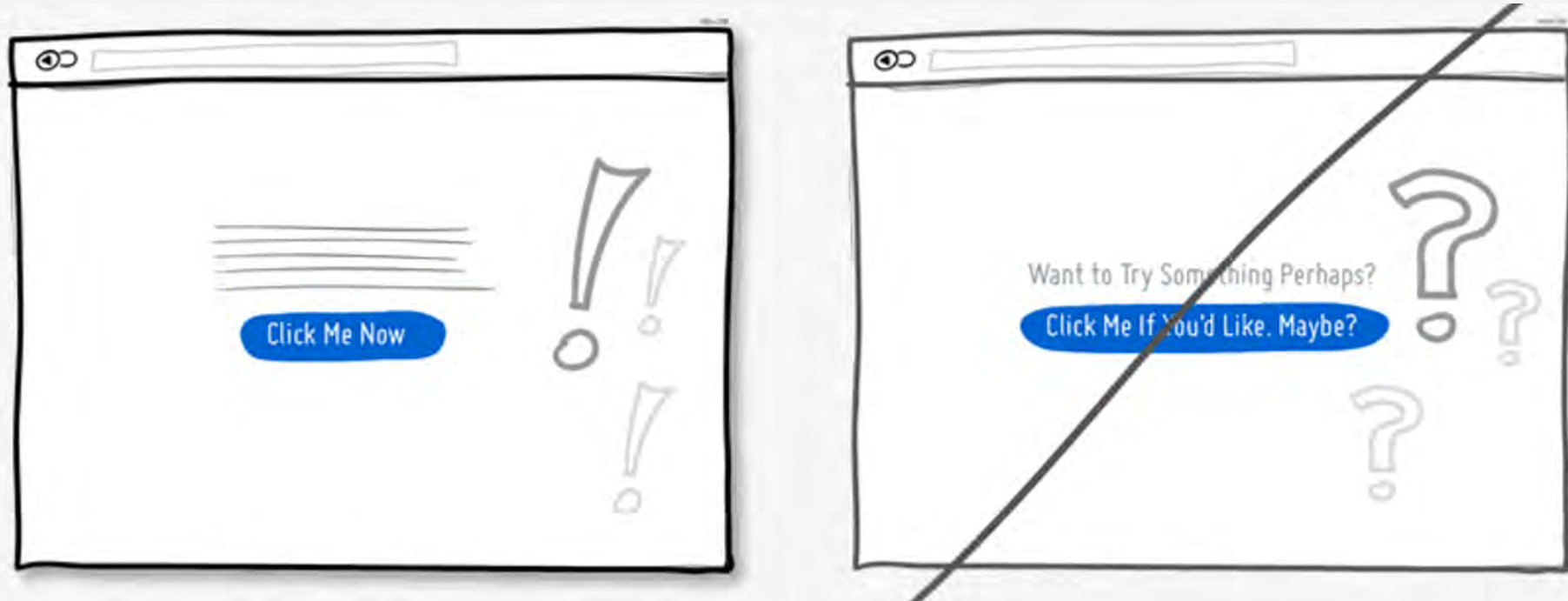
Viel Kontrast zur übrigen Seite: Auffällige Farbe



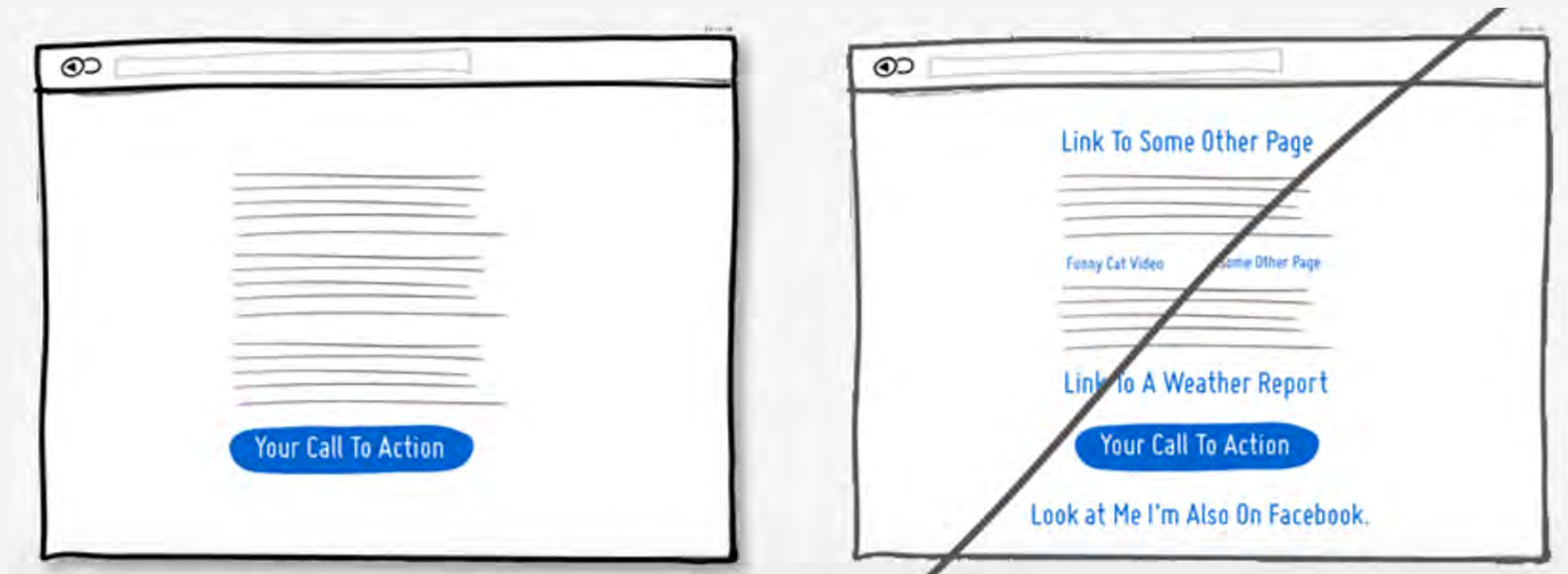
Wiederholt anbieten



Aufforderung in der Benennung



Fokus behalten



Icon Labels

- Eindeutige Benennung
- Den User nicht rätseln lassen

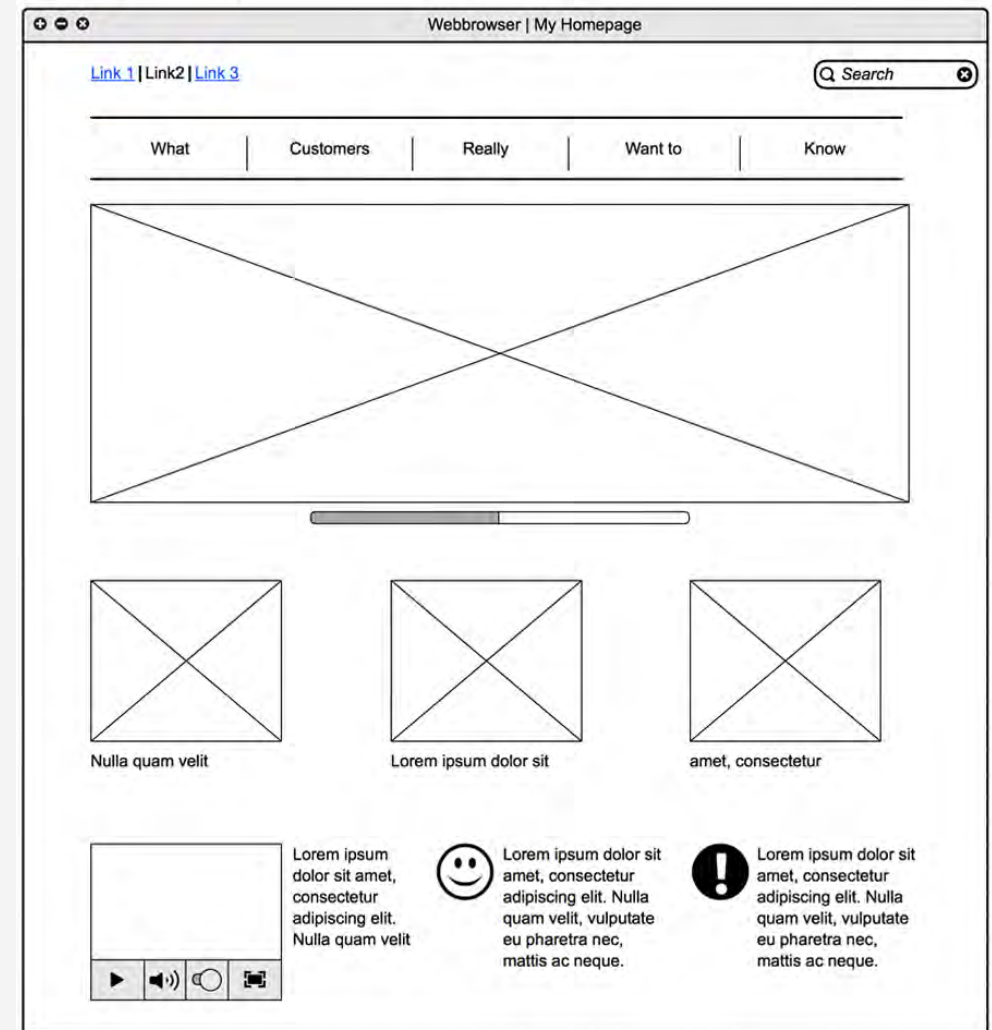


3. Einfacher Aufbau

Übersichtlichkeit

- Layout mit Struktur
- Keine überladenen Seiten
- Zielgruppen-Einstiege anbieten

> VISUELLE HIERARCHIE



Visuelle Hierarchie

Inhalte gliedern in Blöcke



4. Schnelle Ladezeiten

Ladeverzögerung

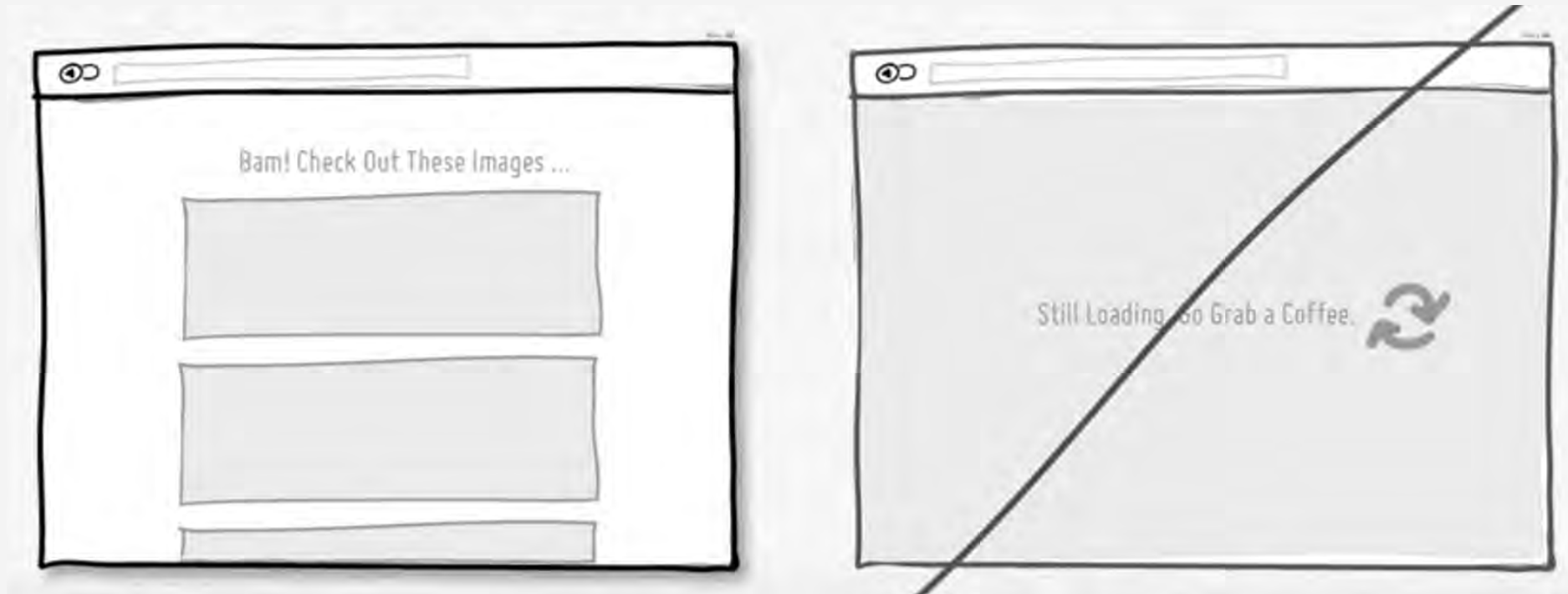
$\frac{1}{2}$ Sekunde

20% Umsatzrückgang



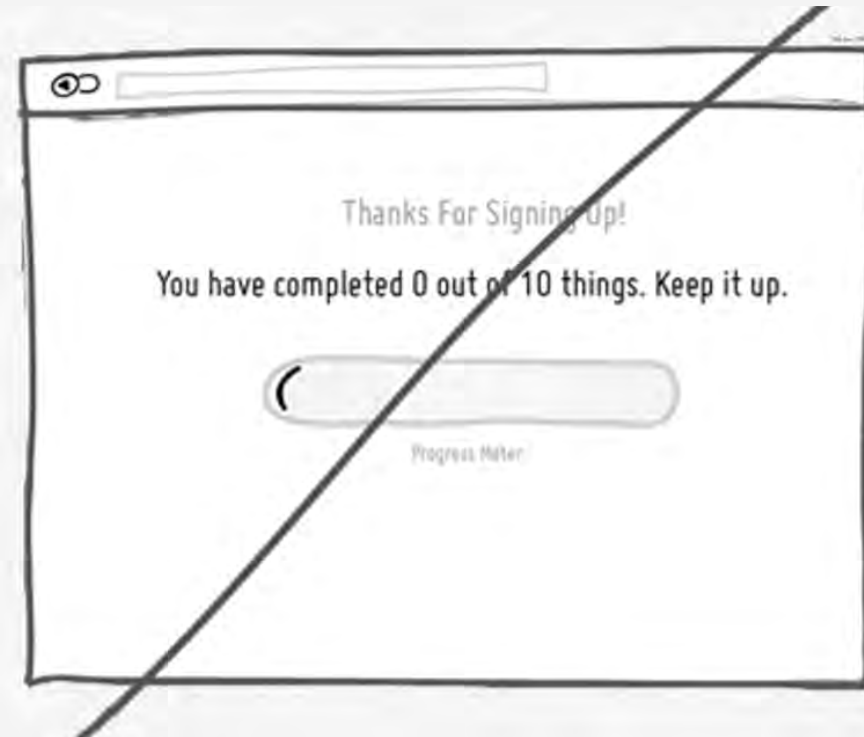
Website optimieren

- Bildmaterial und Code optimieren
- Ladebalken anzeigen, um Feedback zu geben



Fortschritt zeigen

Ladebalken nicht bei 0 beginnen



5. Feedback geben

Interaktives Feedback

- Kommunizieren
- Feedback geben

> MICROINTERACTIONS



Microinteractions





Upload My Story



Card number 

Name on card

Expiry CVV 

Pay €3.99

Create Your Account

Don't worry, we won't spam you or sell your information.

Email Address

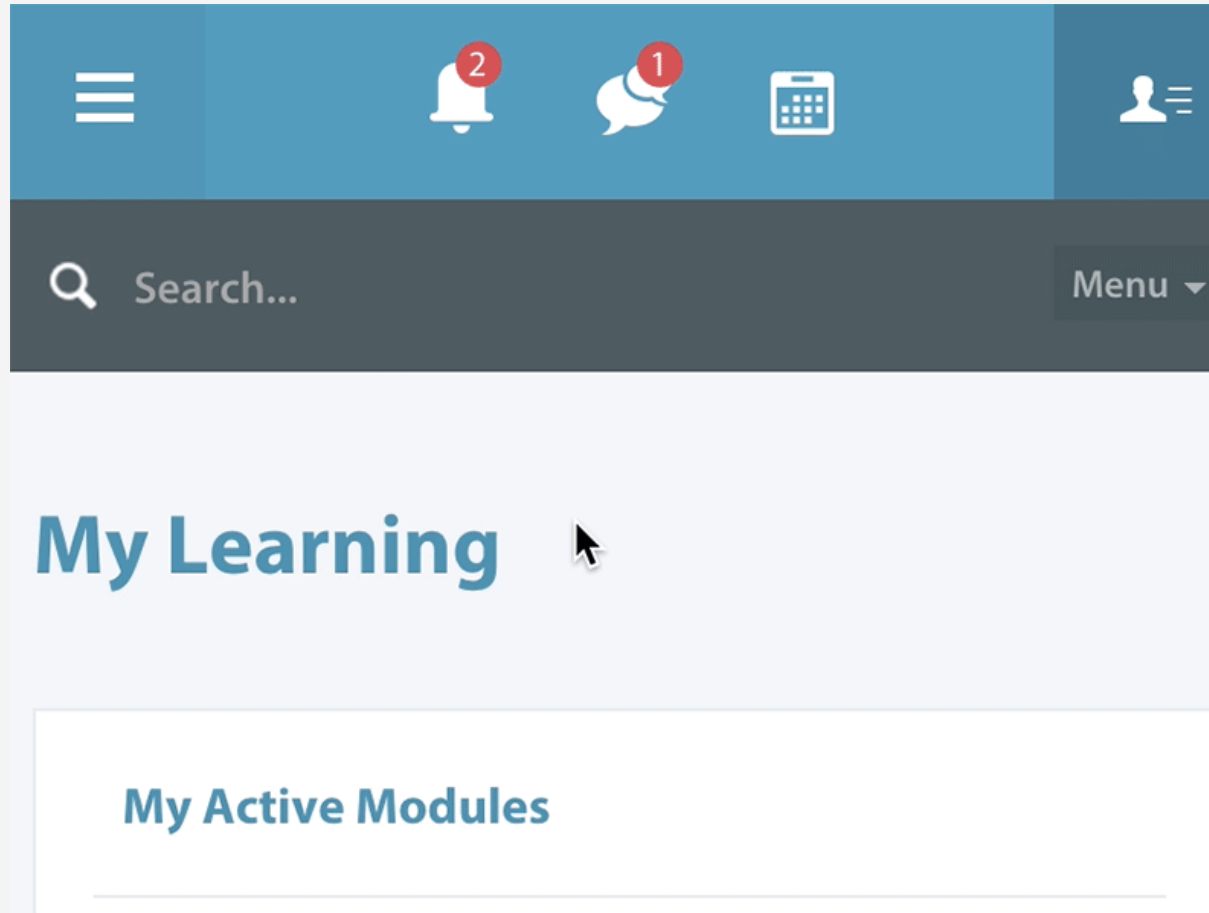
helloworld@gmail.net



Create Password



Password must be at least **8 characters** and contain **1 number**, **1 uppercase letter**, **1 lowercase letter** and **1 symbol**.



6. Assistenz

Assistenz

- Schritte bei Formulare (Wizard)
- Validierung (unterstützend)
- Info Tooltips
- Kontaktmöglichkeit

> FORMULAR



1 ANTRAGSTELLER



Personendaten des Antragstellers

* Geschlecht

- Bitte wählen Sie aus - ▾

* Geburtsdatum (JJJJ - MM - TT)

* Geburtsort

* Geburtsland

- Bitte wählen Sie aus - ▾

Zuerst geben Sie bitte das Geschlecht (Männlich oder Weiblich) des Antragstellers an. Wenn Sie nicht sicher sind, wählen Sie "Unbekannt" aus.

> Weiter

2 EHEPARTNER



+ Ehepartner hinzufügen

3 KINDER



+ Kind hinzufügen

Formular leeren

Speichern

Weiter



1 ANTRAGSTELLER



Personendaten des Antragstellers

* Geschlecht

Männlich ✓ ▾

* Name(n) / Familienname(n)

Familienname(n) bei der Geburt /
frühere(r) Familienname(n)

* Vorname(n) / Beiname(n)

* Geburtsdatum (JJJ - MM - TT)

* Geburtsort

* Geburtsland

– Bitte wählen Sie aus – ▾

2 EhePARTNER



+ Ehepartner hinzufügen

3 KINDER



+ Kind hinzufügen

Formular leeren

Speichern

Weiter

Formular im Überblick

1 Antragsteller



2 Ehepartner

3 Kinder

* Pflichtfelder

Formular aufklappen ▼

1 ANTRAGSTELLER



Personendaten des Antragstellers



* Geschlecht

Männlich



* Name(n) / Familienname(n)

Ibrahim



Familienname(n) bei der Geburt /
frühere(r) Familienname(n)

* Vorname(n) / Beiname(n)

Ismail



* Geburtsdatum (JJJJ - MM - TT)

1969-01-01



* Geburtsort

Damaskus



* Geburtsland

Syrien



2 EhePARTNER



Ehepartner hinzufügen

3 KINDER



Kind hinzufügen

Formular leeren

Speichern

Weiter

Formulare

Formularfelder

- Nur nötigste Informationen verlangen
- Bei zu vielen Feldern die Gefahr, dass User abbricht



A hand-drawn sketch of a web browser window. The address bar is empty. The main content area contains the text "Sign Up For Our Product" centered. Below it are two input fields: "Name" and "Email". At the bottom is a blue button with the text "Sign Up".



A hand-drawn sketch of a web browser window. The address bar is empty. The main content area contains the text "Sign Up For Our Product" centered. Below it are several input fields: "First Name", "Last Name", "Email", "Retype Email", "Favorite Color" (with a dropdown arrow), "Country of Residence" (with a dropdown arrow), and "Field Added With Design By Committee". A large diagonal line is drawn across the entire form, indicating it is a bad example of a form design.

Ratgeber

- Benutzerfreundliche Gestaltung von Formularen
- sinnvolle Unterteilungen in wichtige Abschnitte (Fieldsets)
- Erklärungen / Tooltips / Assistent
- ‚Live-Feedback‘ (Häkchen)

7. Konsistenz

Konsistenz

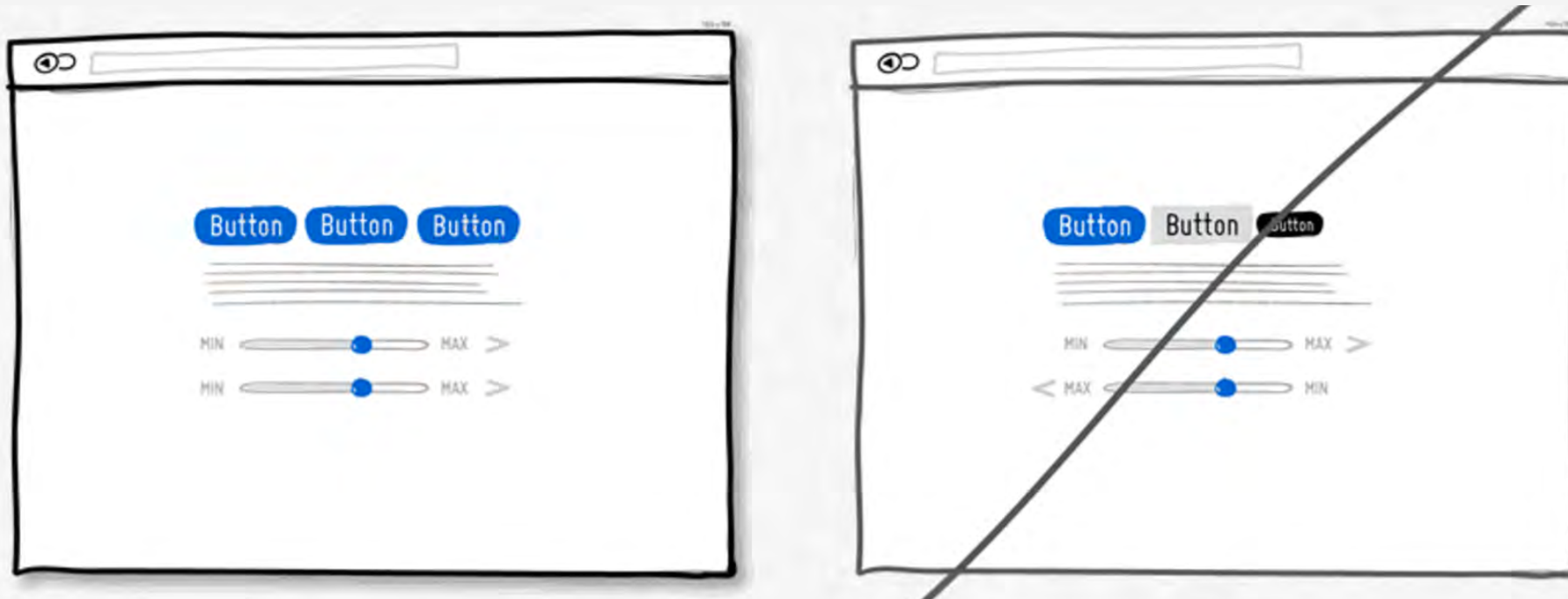
- Mensch ist ein Gewohnheitstier
- Gutes geografisches Gedächtnis

> KONSISTENTES UI



Konsistentes UI

- Ein konsistentes UI ist einfacher zu bedienen
- Elemente sind gelernt: Buttons, Links
- Positionierung von Elementen, Benennung von Labels



Klickbare Elemente

- Klickbare Elemente (Buttons, Links, Menü)
- Gewählte Elemente (aktueller Menüpunkt)



8. Hochwertige Inhalte

Qualität

- Qualitativ hochwertige Inhalte
- Hochwertige Produktbilder
- Keine Stockphotos
- Informative Texte

> WAS INTERESSIERT
DEN USER?





9. Erwartungshaltung erfüllen

User Experience

- Erwartungen des Users erfüllen
- Vertrauen zur Oberfläche
- Vertrauen zum Unternehmen

> NUR EIN GLÜCKLICHER
USER KANN EIN KUNDE
WERDEN



Merkzettel

- ✓ Call-To-Action Buttons
- ✓ Einfacher Aufbau
- ✓ Schnelle Ladezeiten
- ✓ Feedback (Microinteractions)
- ✓ Assistenz
- ✓ Konsistenz
- ✓ Hochwertige Inhalte

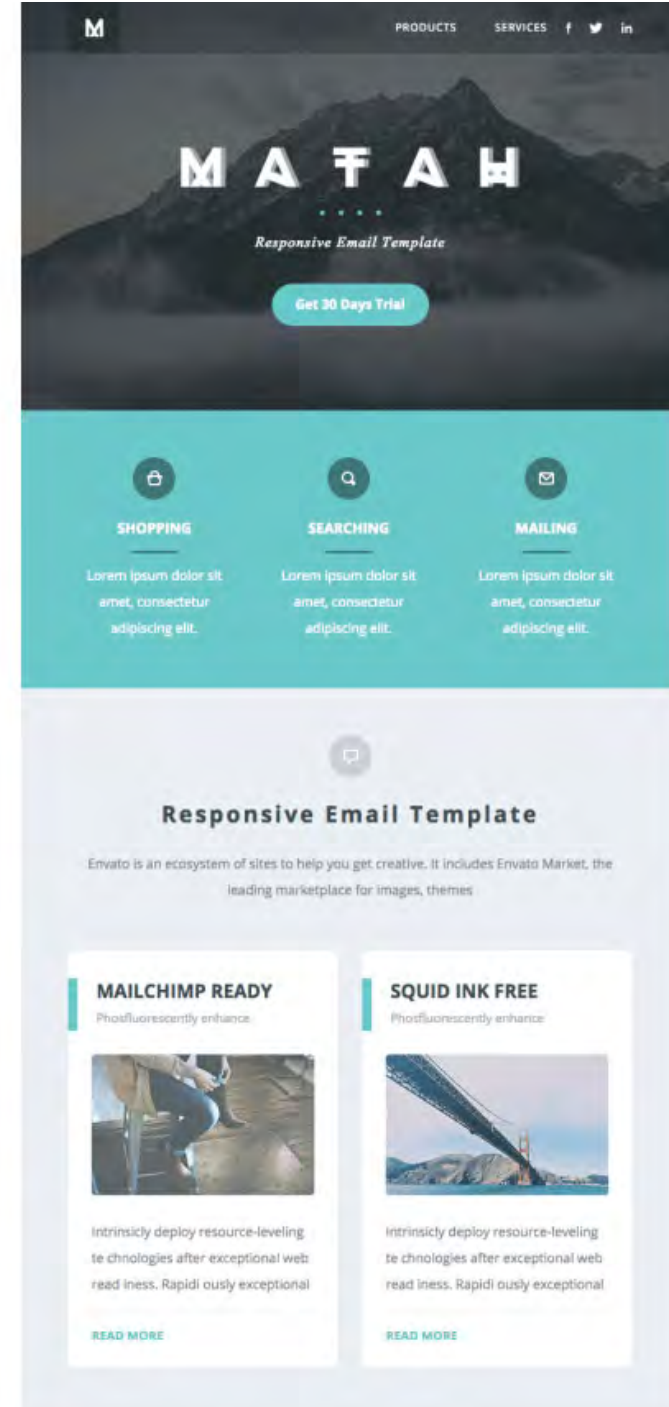
Service Gedanke

Newsletter

Präsenz zeigen

- Lassen Sie was von sich hören
- Regelmäßige Abstände
- Nicht zu selten / nicht zu oft
- Verlinkung auf die Website

> NEWSLETTER
VERSENDEN



E-Mail Marketing

- Newsletter-Erstellung
- Versand
- Erfolgskontrolle



Blog

Persönlichkeit

- Blog ist Spielwiese
- Etwas mehr Persönlichkeit möglich
- Regelmäßig aktualisieren
- Verbindung zwischen Newsletter und Blog

> HÄLT KUNDE AUF DEM LAUFENDEN



Social Media

Soziale Netzwerke

- Persönlichkeit
- Nicht für jedes Unternehmen sinnvoll
- Muss regelmäßig gepflegt werden

> VERSCHIEDENE
KANÄLE

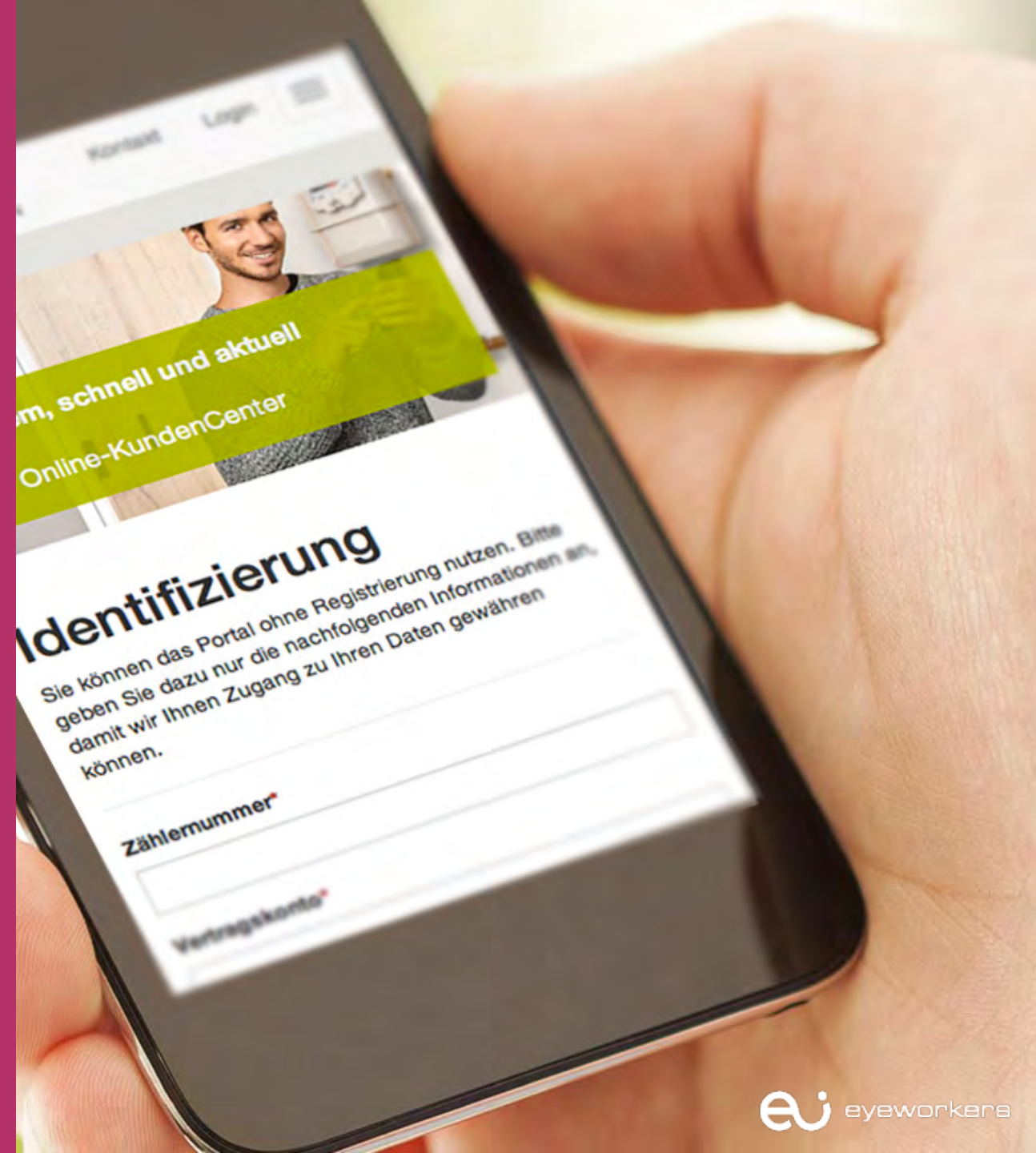


Self Service

Kundenbereich

- Für Downloads
- Exklusive Inhalte
- Austausch

> KUNDENSERVICE



Merkzettel

- ✓ Verbindung schaffen zwischen
 - Newsletter
 - Blog
 - Website
- ✓ Social Media Kanäle nutzen
- ✓ Self Service (Kundenbereich)

Produkttempfehlungen

Produkte hervorheben

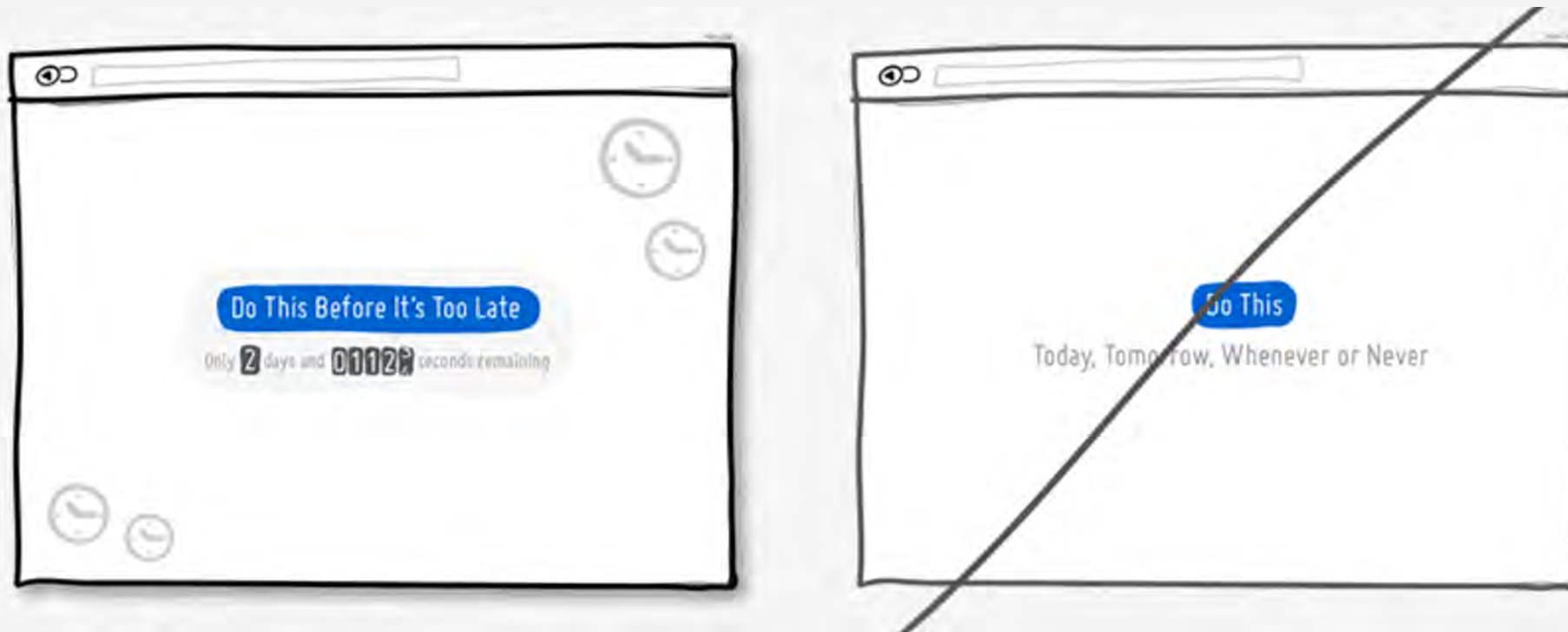
- Hervorhebung statt Gleichwertigkeit
- Mehrere Preissegmente anbieten
- Entscheidung für mittelpreisiges Produkt



Begrenzte
Verfügbarkeit

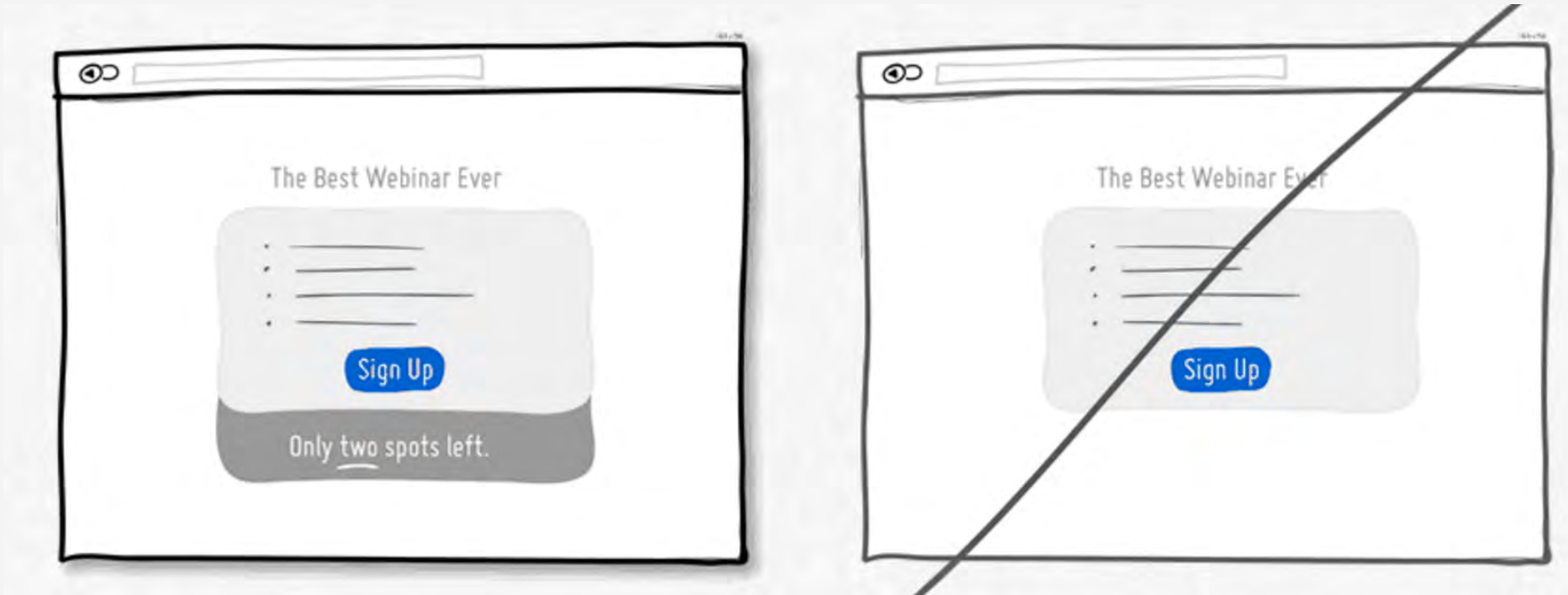
Dringlichkeit

- Eventuell ist das Produkt morgen nicht mehr verfügbar...
- Der User ist aufgefordert zu reagieren, bevor es zu spät ist



Knappheit

- Es gibt nur noch zwei Produkte/Plätze...
- Der User ist aufgefordert zu reagieren, bevor es zu spät ist



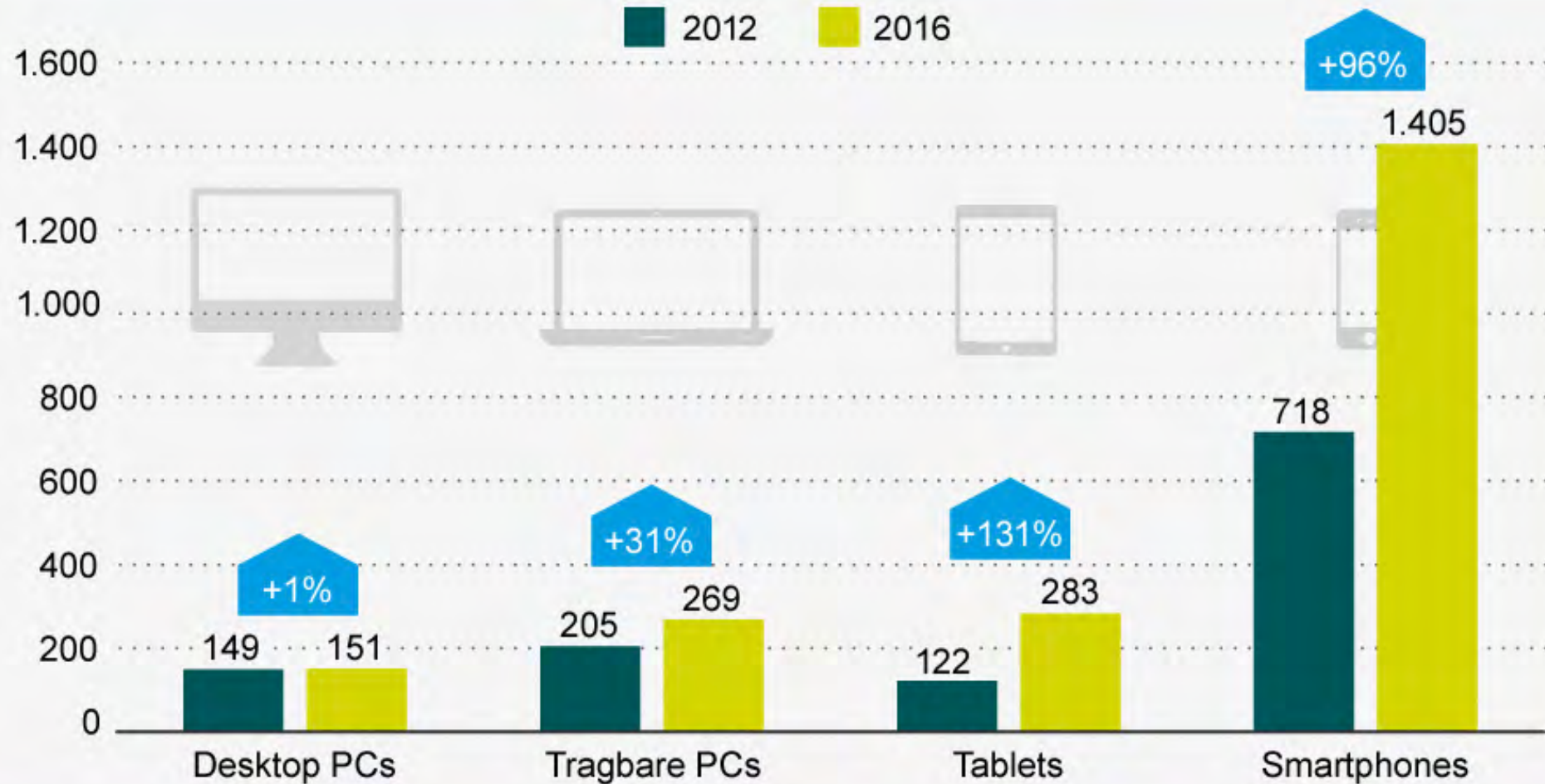
Endgeräte

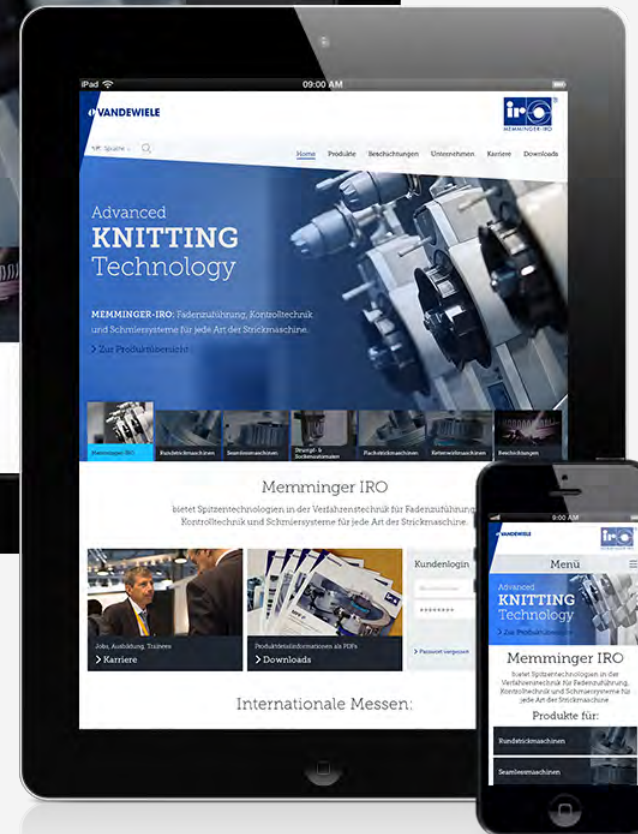
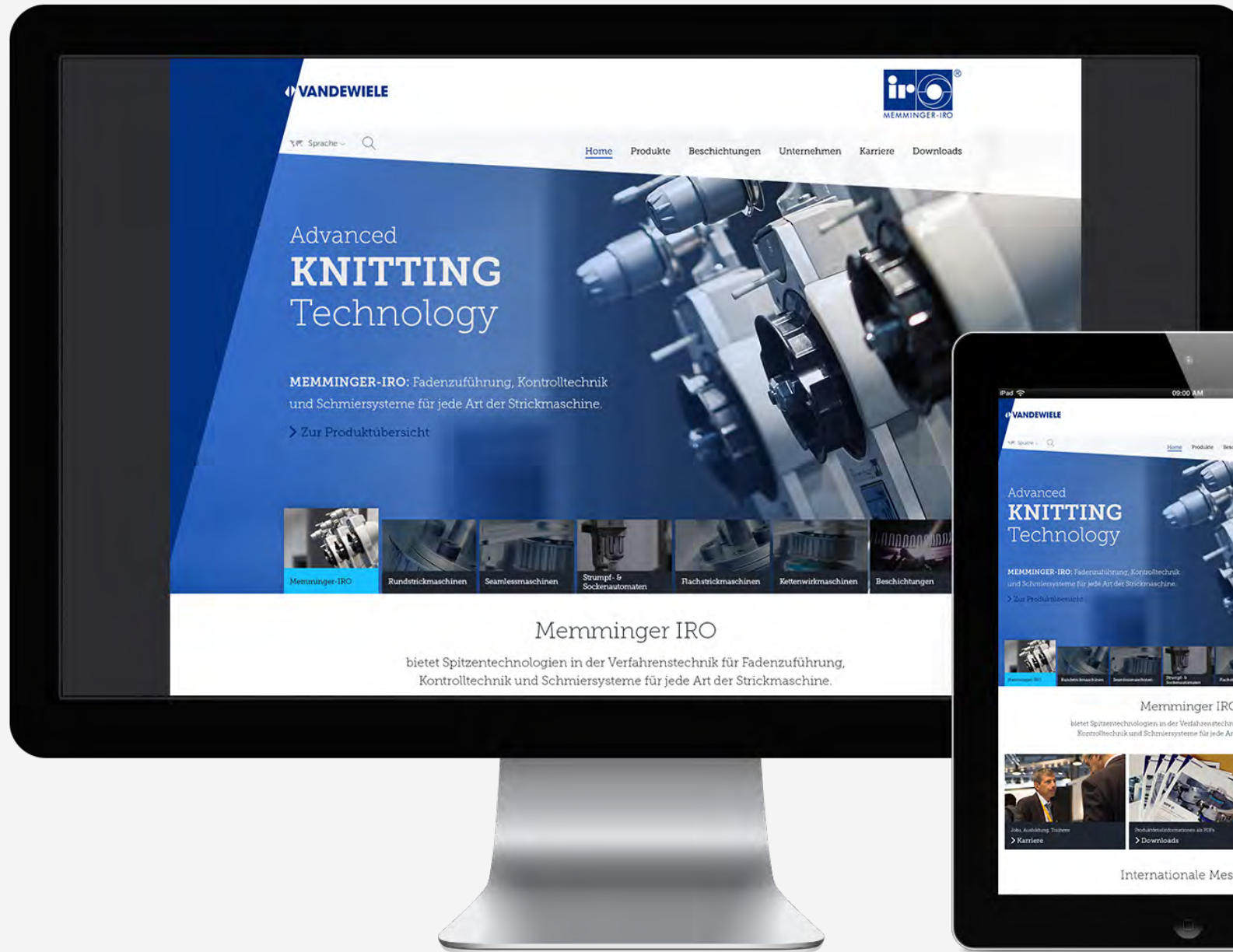


Smartphone Tablet & Desktop

Das Internet wird immer mobiler

Prognose des weltweiten Absatzes internetfähiger Geräte in Mio.







Analyse

Website Analyse

- Wie viele Besucher
- Welche Klicks
- Woher kommen Besucher geographisch
- Klickverlauf
- Wann wurde Website besucht

> GOOGLE ANALYTICS



Erfolgskontrolle

- Wer hat vom Newsletter auf die Website geklickt
- Wer hat sich für ein Thema interessiert

> NEWSLETTER
AUSWERTEN



Probleme beheben

- Probleme aufdecken und beseitigen
- Wann und wo kam es zum Website Abbruch?
- Kam es zum Abbruch beim Ausfüllen eines Formulars?

> STETIGE VERBESSERUNG



Merkzettel

- ✓ Produktempfehlungen
- ✓ Begrenzte Verfügbarkeit
- ✓ Responsive Webdesign
- ✓ Analyse und stetige Verbesserung



eyeworkers







KONTAKT

Adresse

eyeworkers interactive gmbh
Hübschstr. 23
76135 Karlsruhe

Telefon + Mail

kontakt@eyeworkers.de
+49 721 18396-0
www.eyeworkers.de

social media



eyeworkers



@eyeworkers_ka

Wir sehen uns an unserem Stand



Quellenangaben

- www.boldking.com
- www.wpmegamenu.com
- www.rolex.com
- dribbble.com/shots/2662601-Check-Close-Microinteraction
- tubikstudio.com/ui-animation-microinteraction-for-macroresult/
- dribbble.com/shots/2210500-Loading-interaction-on-an-action
- dribbble.com/shots/2445047-Daily-UI-002-Credit-Card-Payment
- dribbble.com/shots/2740597-Simple-interaction-for-password-requirements
- <https://dribbble.com/shots/1945585-Mobile-Menu-Interaction>
- www.zzipmail.de
- de.statista.com/infografik/820/absatzes-internetfaehiger-geraete-2012-und-2016/
- www.goodui.org
- https://www.google.com/intl/de_de/analytics/