



Experience Worlds

Aufmerksamkeit wecken, Kunden begeistern
und Käufer motivieren

Der USECON User Experience (UX) Club bietet umfassende Informationen, Vorträge und Praxisbeispiele zu den Themen Usability, User Experience und User Interface Design.

Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen am Point of Sale laufend mit neuen Benutzerkonzepten bei ihren Kunden punkten. Ob Retail Stores, Wellness-Oasen, Entertainment-Centers, Shopping Malls oder klassische Experience Worlds wie Flughäfen, Krankenhäuser oder öffentliche Plätze (Bahnhöfe, Ämter usw.): benutzergerechte Lösungen werden für die Kundenzufriedenheit immer relevanter.

Der Fokus des Customer Experience Managements liegt in der Auseinandersetzung mit Methoden, Prozessen und Tools zur Entwicklung anwenderfreundlicher Gestaltungskonzepte, zur Prozessoptimierung oder zum Servicedesign. „Kundenerlebnisse optimieren“ ist die Devise, denn positive Customer Experience korreliert stark mit Kundenloyalität und wesentlichen Erfolgskennzahlen wie Umsatz, Wiederkaufsrate und Kaufhäufigkeit.

In unserer Veranstaltung erklären wir, wie man benutzerzentrierte Experience Worlds gestaltet, stellen spannende Praxisprojekte vor, zeigen Ihnen die Welt von modernen Messmethoden und Tools und präsentieren gemeinsam mit unserem Forschungspartner CURE (Center for Usability Research and Engineering) die aktuellsten Trends und Innovationen.

Wo: USECON - The Usability Consultants GmbH
Businesspark MARXIMUM
Modecenterstraße 17 / Objekt 2
1110 Wien, Österreich

Datum: 22.09.2011

Zeit: 17.30 bis 20.00 Uhr

17:30 – 18:00

Anmeldung und Begrüßung

Teil 1

Das große Rennen um die Kundenaufmerksamkeit

Touchpoints erlebnisorientiert gestalten

Wie erleben Kunden den Einkauf im Shop, die Atmosphäre im Fast Food Lokal oder den Kinobesuch? Wie beeinflussen Emotionen und Raumgestaltung die Kaufentscheidung? Wie können Sie den Faktor Erlebnis erfassen, Ihr Gestaltungskonzept benutzerzentriert umsetzen und Ihre Unternehmenskennzahlen damit nachhaltig verbessern? Welcher Zusammenhang besteht zwischen Effizienz und Shop-Design? Und warum sind Kundenerlebnisse im öffentlichen Bereich, bei Flughäfen oder Krankenhäusern so wichtig?

Erfahren Sie, warum die richtige Gestaltung der Customer Journey einen wesentlichen Beitrag zu Unternehmenszielen leistet und wie Sie nachhaltig durch optimierte Customer Experience punkten können – egal ob in Shops, Wellness Oasen, Krankenhäusern oder Ämtern.

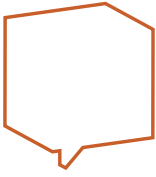
USECON
The Usability Consultants

USECON - The Usability Consultants GmbH

Businesspark MARXIMUM
Modecenterstraße 17 / Objekt 2
1110 Wien, Österreich

www.usecon.com

Informationen über weitere Veranstaltung finden Sie unter www.ux-events.com
Wir freuen uns, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen!



Teil 2

Auf in die Praxis! Best Practice Beispiele

Praktisches Thema, praktische Anwendungsbeispiele – richtig? Exakt! Anhand einiger Beispiele aus den verschiedensten Branchen zeigen wir Ihnen nicht nur, wie vielfältig Kundenerlebnisse am Ort des Geschehens analysiert sowie optimiert werden können, sondern vor allem auch, was hinter einem User-Centred Designansatz bei der Gestaltung von Erlebniswelten steckt. Anhand von Benutzerszenarien der gesamten Customer Journey zeigen wir auf, wie und wo positive und negative Erlebnisse Kunden in ihrem Verhalten beeinflussen.

Teil 3

Endlich sehen, was der Kunde (nicht) sieht Live Demonstration von Eye Tracking

Wie ist das Zusammenspiel von Bewegungen und dem Blick in einer bestimmten Umgebung? Wie bewegen sich Kunden innerhalb einer Shop-Umgebung, eines Leitsystems oder eines Entertainment-Bereichs und wo schauen Sie dabei hin? Welche Elemente ziehen die Blicke der Kunden auf sich und was wird übersehen? Eye Tracking bietet Ihnen die Möglichkeit, die Perspektive der Kunden einzunehmen und zu erleben, wo ihre Blicke wirklich hängen bleiben. Wir zeigen Ihnen live, wie es geht!

Teil 4

Experience-Optimierung am Point of Sale

Gastvortrag von Mag. Markus Mayer (A1)

Genug der Theorie – Wie kann man die Kundenerlebnisse in der Praxis optimal gestalten? Wie sieht ein Projekt zur Optimierung der „Customer Experience“ am Point of Sale nun tatsächlich aus? Wie kann man sich den Ablauf vorstellen, welche Customer Insights erhält man und wie können Verbesserungsempfehlungen für optimale Erlebnisse im Shop aussehen?

Der Mix macht's! Erfahren Sie durch eine Fallstudie der A1 Telekom Austria, welche Methoden man zur Shop Evaluation nutzt und wie durch Umsetzung der Verbesserungspotentiale der Business-Erfolg beeinflusst wird.

Teil 5

Trends und Innovationen Experience Worlds der Zukunft

Was sind die Trends im Bereich der Gestaltung von realen Umgebungen? Was ist Real Time Measurement und welche Möglichkeiten werden Unternehmen durch „Multichannel-Strategien“ geboten? Welche Rolle wird Touch spielen und welche Schnittpunkte wird es zwischen digitaler und analoger Welt geben? Wie werden künftige Touchpoints gestaltet und welche Rolle spielen sie bei der Customer Experience? Gemeinsam mit unserem Forschungspartner CURE (Center for Usability Research and Engineering) stellen wir Ihnen die Trends und Innovationen vor und freuen uns auf eine gemeinsame Diskussion mit Ihnen über die Zukunft der Experience Worlds!

Ab ca. 19:30 Uhr

Ausklang beim Networking-Buffer