

Was End-User wollen: Wie kundenzentrierte Portale im B2B aufgebaut werden

Mit UX zu besserer CX zu mehr Geschäftsabschlüssen – Kundenportale zentrales Thema beim Expertenforum Digital Excellence der Sybit GmbH

Im B2B steigt die Nachfrage nach digitalen Angeboten rasant an. Zeitgleich wachsen die Anforderungen an die Nutzerfreundlichkeit digitaler Touchpoints. Unternehmen können es sich nicht mehr lang erlauben, ihre Kundenportale am End-User vorbei und ohne CX-Strategie zu entwickeln. Um die bestmögliche, d.h. kundenfreundlichste Plattform zu entwickeln, sollte von Anfang an das Feedback der End-User berücksichtigt werden. Dabei gilt es, die richtige Vorgehensweise zu wählen.

Radolfzell, Mai 2021

Der druckfrische Report Digitale Trends 2021 von Adobe ist in seiner Deutlichkeit überraschend. Dass die Pandemie das Kundenverhalten beeinflusst und noch stärker in digitale Kanäle drängt, war abzusehen. Wie stark dieser Trend im B2B ausfällt, ist dennoch bemerkenswert. Im B2B berichten 57 % der in der Studie Befragten von einer ungewöhnlichen Zunahme bei digitalen Kunden, 32 % sehen eine ungewöhnliche Kundenfluktuation und 51 % beobachten sogar bei Bestandskunden ein ungewöhnliches Kaufverhalten. Wer hat laut Adobe davon profitiert? Unternehmen, die über hochwertige, kundenzentrierte digitale Kanäle verfügen. Über alle Branchen hinweg ließen über zwei Drittel dieser auf Kundenerlebnisse (CX) ausgerichteten Unternehmen im zweiten Halbjahr 2020 die Konkurrenz in ihrer Branche hinter sich und lagen sogar mit dreimal höherer Wahrscheinlichkeit „deutlich vor der Konkurrenz“.

Im digitalen Bereich ist die Eingangstür für Geschäftsabschlüsse häufig das Kundenportal, sei es als Informations-, E-Commerce-, Aftersales- oder Serviceportal. Um die Erlebnisse von Kunden bestmöglich zu gestalten, müssen Unternehmen die Nutzer dieser Portale weniger als Kunden, sondern vor allem als handelnde Personen betrachten. Zum richtigen Vorgehen in E-Commerce-Projekten gehört es daher, von Anfang an Feedback von Usern und daraus abgeleitetes UX-Design einzubeziehen. So können viele Fallstricke vermieden und mit vergleichsweise geringem Aufwand hohe Wertschöpfung geschaffen werden.

Was wollen Nutzer?

Nutzer unterscheiden zwischen pragmatischen Aspekten, die sich auf die tatsächliche Interaktion mit einem Softwareprodukt beziehen, und hedonischen Aspekten, die Eindrücke eines Nutzers während einer Interaktion betreffen. Pragmatische Aspekte der UX umfassen die Zweckmäßigkeit und die Gebrauchstauglichkeit eines interaktiven Softwareprodukts. Dagegen fokussiert sich die hedonische Qualität auf das Erfüllen von Nutzerbedürfnissen. Ohne das Wissen um diese Bedürfnisse und deren Ausprägung bei den individuellen Nutzern müssen Softwareentwickler Bedürfnisse durch die kostspielige Anwendung von Versuch und Irrtum in Erfahrung bringen. Es ist leicht nachvollziehbar, warum Nutzer eines ohne UX-Basis entwickelten Portals häufig unzufrieden sind. Das Vorgehen, zunächst Monate in das Erstellen großer Dokumente mit spezifizierten Anforderungen zu investieren, ist im UX-Design aber nicht zielführend. Vielmehr sollten Annahmen iterativ evaluiert werden, am besten mit geeigneten Prototypen. Am einfachsten ist das durchzuführen, wenn echte Endnutzer in den

Entwicklungsprozess einbezogen werden. Bevor Annahmen bezüglich der positiven Gestaltung der UX nicht bestätigt wurden, werden die entsprechenden Features der Software nicht implementiert.

Den Nutzer einbeziehen

Um ein Portal mit guter User Experience zu entwickeln, sind Daten und Fakten aus Analysen von Nutzerverhalten – also die Frage „Was ist passiert?“ – aber nur die halbe Miete. Der entscheidende Aspekt besteht darin, mit Nutzern in direkten Kontakt zu treten, um die Frage nach dem „Warum?“ zu ergründen. Je früher das im Projektverlauf möglich gemacht wird, desto besser. Genauso wie zu Anfang evaluiert wird, welches System zum Einsatz kommen soll, oder über interessante Funktionen, Features und Inhalte nachgedacht wird, ist es ratsam, gleich zu Anfang zu analysieren, für welche Anwender das Portal nutzbringend sein soll. Welche Ziele haben sie, welche Aufgaben haben sie dadurch im Portal zu erfüllen, wie gehen sie üblicherweise an ihre Aufgaben heran, welche Dinge laufen dabei gut, welche schlecht, und wie stellt sich das Umfeld dar? Gleichzeitig schafft dieses Vorgehen die Voraussetzung, Empathie für die Anwender zu entwickeln, um deren Sichtweise einnehmen zu können.

Den Nutzungskontext zu entdecken und zu verstehen, daraus Anforderungen der Nutzer an eine Anwendung abzuleiten und mit diesem Wissen und Verständnis zu einer Gestaltungslösung zu kommen, mit der die Nutzeranforderungen erfüllt werden: das ist das Wesen der UX-Arbeit. E-Commerce-Projekte auf Basis eines solchen, sorgfältig durchgeführten UX-Designs stellen keine reinen Kosten dar, sondern sind Investitionen in die Zukunft eines Unternehmens. UX-Design, das zu einer möglichst positiven UX führt, kann schneller zur Rendite eines Investments führen und die Zukunft des Unternehmens sichern, da es den Markterfolg des Portals erhöht.

Das virtuelle Expertenforum Digital Excellence der Sybit GmbH am 20. Mai 2021 beschäftigt sich mit den Herausforderungen und Chancen, die Kundenportale, Shops und digitale Produktverwaltung bieten. Neben Vorträgen zu neuesten E-Commerce Technologien, Serviceportalen und IT-Architekturen stellt unter anderem das Unternehmen Tecan vor, wie sie die Bereiche Sales und E-Commerce digitalisiert und eine durchgängige Customer Experience geschaffen haben. Mehr Informationen unter:

<https://www.sybit.de/events/ef-digital-excellence-2021>

Über Sybit

Die Sybit GmbH hat sich auf kundenzentrierte Lösungen entlang der Customer Journey spezialisiert, bei denen sämtliche End-2-End-Prozesse digital abgebildet werden, vom Vertrieb über E-Commerce und Service bis hin zum Marketing. Als langjähriges SAP-Beratungshaus bietet das Unternehmen seinen Kunden eine ganzheitliche Prozessberatung von der Analyse und Strategieplanung, über Design und Implementierung bis hin zu umfassenden Application Management Services auf Basis der SAP Customer Experience Solutions.

Gegründet im Jahr 2000 vertrauen heute über 300 Kunden, vornehmlich Konzerne und weltweit agierende Mittelständler aus dem Maschinen- und Anlagenbau, der Konsumgüterindustrie und dem Automobilsektor auf die langjährige Expertise des SAP Platinum Partners. Sybit gehört zu den Top 20-Digitalagenturen in Deutschland und beschäftigt am Hauptsitz in Radolfzell und den Niederlassungen in Bielefeld, Hannover, Offenbach und Pforzheim über 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Seit August 2018 ist Sybit eine Tochter von NTT DATA Business Solutions, einem der weltweit führenden SAP-Beratungshäuser, welches mit 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in über 30 Ländern das SAP-Portfolio vollständig abdeckt.

Weitere Informationen: www.sybit.de

Pressekontakt:

Sybit GmbH

Dr. Anders Landig

Sankt-Johannis-Straße 1-5

78315 Radolfzell

Tel. +49 (0) 7732 9508-293

Fax: +49 (0) 7732 9508-111

presse@sybit.de