

13. April 2011
Stragisch Innovieren durch
Designmanagement
Florian Weiss

Design ist ein wichtiges Instrument, um Innovationen hervorzuheben und sichtbar zu machen. Firmen wie LEGO, BMW oder Procter & Gamble setzen für die Produktentwicklung Methoden aus dem Design ein und erzielen dadurch Wettbewerbsvorteile. Wie Sie Produkte managen, von denen Kunden begeistert sind, erfahren Sie in diesem Workshop.

Designmanagement: Sie erhalten einen Überblick zum State of the Art von Designmanagement. Es werden Ihnen Beispiele aus der Praxis gezeigt, an denen Sie die Facetten des Designmanagements in unterschiedlichen Industrien sehen können. Da die Herausforderungen an Designmanager größtenteils industrieunabhängig sind, lassen sich diese Erkenntnisse zumeist gut auf andere Bereiche übertragen.

Paradigmenwechsel im Innovations- und Designprozess: Es wird über den derzeitigen Paradigmenwechsel in Innovation und Design gesprochen und wie davon die Designmanagement-Disziplin betroffen ist. Sie erfahren, mit welchen neuen Thematiken sich Designmanager, Unternehmen und Universitäten konfrontiert sehen.

Human-Centered Development und Co-Creation: Da ein tiefgreifendes Verständnis der Kunden zum Kern des Designmanagements gehört, werden Ihnen die Grundzüge des Human-Centered Development Prozesses vorgestellt. Sie lernen die Bedeutung von Co-Creation kennen und setzen das Gelernte anhand von unterschiedlichen Szenarien im Workshop um.

Co-Creation Management: Welche Strategien, Prozesse, Werkzeuge, Ressourcen und Strukturen Sie benötigen, um Co-Creation effektiv und effizient zu managen, wird hier eingehend anhand der erarbeiteten Szenarien diskutiert.

Zielgruppe: Designer, Designmanager, Produktmanager und User Experience Experten

14. April 2011
Website Persuasion
Arno Bublitz

Manche Websites überzeugen und andere nicht. Das ist jedoch kein Zufall, sondern dahinter stehen fundierte Erkenntnisse aus Neurowissenschaft und Verhaltensökonomie. Ihnen wird in diesem Workshop gezeigt, wie Sie dieses Wissen gezielt einsetzen können und welches Potenzial im Neuro-Webdesign liegt.

Neuropsychologische Grundlagen: Sie erhalten Einblick in das Zusammenspiel der verschiedenen Bereiche unseres Gehirns und lernen die Auswirkungen auf Verhalten sowie Entscheidungsfindung kennen.

Vertrauen: Nur wenn Nutzer Ihrer Website vertrauen, werden sie auch bei Ihnen kaufen. Sie lernen verschiedene Techniken kennen, wie Sie Vertrauen erzeugen können.

Treiber und Blockaden: Sie erfahren, wie Sie die Treiber und Blockaden Ihrer Nutzer identifizieren und gezielt auf Ihrer Website adressieren können. Welche Rolle dabei Tonalität und Informationsgehalt der Texte, die Bilderwelt sowie das Interaktionsdesign haben, wird Ihnen hier gezeigt.

Einwandbehandlung und Abschlusstechniken: Genau wie es offline bewährte Techniken für den erfolgreichen Verkauf gibt, so können Sie auch online ähnliche Vorgehensweisen einsetzen. Mit welchen Methoden Sie Ihre Konversionsrate steigern, erfahren Sie hier.

Soziale Elemente: Menschen sind soziale Wesen und der gesellschaftliche Kontext spielt daher immer eine Rolle. Der Workshop gibt Anregungen, wie Sie soziale Elemente sinnvoll und konversionssteigernd einsetzen können.

Entscheidungsräume schaffen: Lernen Sie, wie Sie Ihren Nutzern Entscheidungen erleichtern können, indem Sie das Zusammenspiel zwischen Zulassen, Druck und Überzeugung bewusst gestalten.

Zielgruppe: Webdesigner, Konzeptioner, Usability und User Experience Experten, Produktmanager

UX WORKSHOPS

April 2011
HAMBURG

11. APRIL 2011
Prinzipien der Informationsarchitektur
James Kalbach

12. APRIL 2011
Elemente des Navigationsdesigns
James Kalbach

13. APRIL 2011
Strategisch Innovieren durch Designmanagement
Florian Weiss

14. APRIL 2011
Website Persuasion
Arno Bublitz

11. April 2011

Prinzipien der Informationsarchitektur

James Kalbach

Je besser Inhalte strukturiert sind, desto besser werden sie gefunden. Eine gut durchdachte Informationsarchitektur ist die Basis für eine erfolgreiche Website. In diesem Workshop erfahren Sie, wie Sie strategisch eine Konzeption erstellen. Sie erlernen unterschiedliche Methoden, die Sie direkt in der Praxis einsetzen können.

Einführung in die Informationsarchitektur: Sie erhalten einen Überblick, was Informationsarchitektur alles beinhaltet und wie Business- sowie Nutzerziele in der Designstrategie berücksichtigt werden sollten.

Concept-Model und Metaphern: Das Concept-Model ist eine hilfreiche Visualisierungsmethode, um auf abstrakter Ebene Zusammenhänge zu erkennen, die so nicht offensichtlich sind. Weiterhin wird über die Bedeutung von Metaphern gesprochen und wie sie im Design eingesetzt werden können.

Content-Analyse: Hier wird die Analyse sowie Bestandsaufnahme des Inhalts einer bestehenden Website erklärt und auch exemplarisch durchgeführt – wichtig für das Redesign. Weiterhin erfahren Sie, worauf es generell beim Content ankommt.

Mit dem „Kern“ beginnen – ein anderes Vorgehen: Es wird Ihnen das Modell „Cores and Paths“ von Are Halland vorgestellt. Hierbei geht es um die Definition des Kerninhalts und wie Sie effektive Navigations-Wege kreieren.

Strukturen und Facetten: Sie lernen die verschiedenen Strukturen sowie Organisationsschemen einer Website kennen. Es wird Ihnen die Klassifizierung nach Facetten erklärt.

Findung und Einsatz von Facetten: Wobei es bei der Bestimmung von Facetten ankommt, das erfahren Sie hier. Weiterhin wird Ihnen erklärt, wie Sie Facetten u.a. bei der Navigation oder Suche einsetzen können.

Zielgruppe: Informationsarchitekten, Konzeptioner, Webdesigner, Usability Experten, Produktmanager

12. April 2011

Elemente des Navigationsdesigns

James Kalbach

Damit der Nutzer schnell und effektiv sein Ziel auf der Website erreicht, ist eine gut durchdachte Navigation notwendig. Worauf es bei dem Navigationsdesign ankommt und welche Vorüberlegungen zu treffen sind, darum geht es u.a. bei diesem Workshop.

Einführung in die Navigationsgestaltung: Sie erfahren, welche Erkenntnisse es über das Navigieren von Usern gibt. Weiterhin werden Ihnen Konzepte wie Web Browsing Behavior, Transitional Volatility, Lost in Hyperspace, the Scent of Information etc. erklärt.

Überblick über die Mechanismen der Navigation: Es werden Ihnen dynamische Menüs, Tabs, Breadcrumb, Tag Clouds, Paging Navigation etc. vorgestellt und die jeweiligen Vor- bzw. Nachteile erläutert.

Vorstellung der verschiedenen Navigationstypen: Sie lernen, welche Navigationstypen es u.a. gibt – strukturelle, assoziative, utilitäre Navigation sowie Haupt- und Lokalnavigation –, wodurch sie sich unterscheiden und wann Sie welche wählen sollten.

Page-Typen und Wireframes: Hier geht es um die unterschiedlichen Page-Typen und wie man sie sinnvoll einsetzt. Außerdem lernen Sie, worauf es u.a. bei der Erstellung von Wireframes ankommt.

Facettierte Navigation bzw. Guided Navigation: Wie können Facetten dargestellt werden? Wo und wann sollten sie dem Nutzer angeboten werden? Diese Fragen werden gemeinsam diskutiert und anhand von unterschiedlichen Beispielen aus dem Web untersucht.

Navigations-Check: Damit Sie Navigationen systematisch analysieren und bewerten können, lernen Sie verschiedene Heuristiken und Checklisten kennen. Es werden Websites angesehen und beurteilt.

Zielgruppe: Informationsarchitekten, Konzeptioner, Webdesigner, Usability Experten, Produktmanager

Workshop-Referenten



James Kalbach ist Autor von „Designing Web Navigation“ (O’Reilly). Als User Experience Designer ist Kalbach bei LexisNexis tätig – einem führenden Provider für Wirtschafts-, Finanz- und Rechtsinformationen. Er hat ein Diplom in Bibliotheks- und Informationswissenschaften. Auf internationalen Konferenzen hält er Vorträge und Workshops.



Florian Weiss ist seit 2004 in der Unternehmensberatung PARK advanced design management tätig. Er berät internationale Unternehmen zu den Themen Geschäftsmodellentwicklung und strategisches Design- und Innovationsmanagement. Er studierte in Köln, Mailand und Helsinki und besitzt einen Master in European Design mit dem Schwerpunkt Designmanagement.



Arno Bublitz ist Inhaber von Pragmatic Experts und berät Großunternehmen an der Schnittstelle zwischen Strategie, Online und Persuasion. Zuvor verantwortete er für Human Factors International das europäische Projektgeschäft. Seit insgesamt 11 Jahren unterstützt Bublitz namhafte Unternehmen bei der Optimierung ihrer Online-Aktivitäten. Er lehrt an der FH Kiel das Fach User Research.

Teilnahmegebühr pro Workshop

- ▶ Regulär: 550 EUR zzgl 19% MwSt.
- ▶ Earlybird bis zum 25.02.11: 490 EUR zzgl. 19% MwSt. Getränke, Pausensnacks, Lunch, Handouts inkl.

Veranstaltungsort

Empire Riverside Hotel
Bernhard-Nocht-Straße 97, D-20359 Hamburg
Fon +49 (0) 40 / 31 11 9 – 0, www.empire-riverside.de

Veranstalter und Online-Registrierung

NetFlow – Karen Lindemann

Autal 10 c, D-22880 Wedel
www.netflow-lindemann.de oder www.uxworkshops.com
Fon +49 (0) 4103 / 187 97 91, kl@netflow-lindemann.de