

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>IX</b>
<b>1 Was ist Customer Experience? .....</b>	<b>1</b>
1.1 Was ist eine Kundenerfahrung nun genau? .....	1
1.2 Wie Forschung fundierte Designentscheidungen unterstützt .....	6
1.2.1 Der Einsatz externer Marktforschung .....	7
1.2.2 Vorteile der Designforschung für die Kundenerfahrung .....	9
1.2.3 Qualitative versus quantitative Forschung .....	10
1.3 Forschungsstrategien: Ein Blick auf die Vielfalt der Erkenntniswege .....	12
<b>2 Grundlagen des CX-Designs .....</b>	<b>17</b>
2.1 Definition und Prinzipien des CX-Designs .....	21
2.1.1 Kundenzentrierung .....	22
2.1.2 Interaktion und Feedback als Schlüsselfaktoren .....	23
2.1.3 Kundenerlebnisse nahtlos und intuitiv gestalten .....	27
2.1.4 Emotionale Bindung und Engagement .....	30
2.1.5 Implementierungstipps .....	37
2.2 Die Rolle des Designs in der Kundenerfahrung .....	39
2.2.1 Wie Design die Wahrnehmung formt:	
Der Einfluss von Farben, Layouts und Typografie .....	40
2.2.2 Design und Kundenzufriedenheit: Mehr als nur Optik .....	44
2.2.3 Gutes vs. schlechtes CX-Design .....	48
2.2.4 Designstrategien zur Verbesserung der Kundenerfahrung .....	51

2.2.5	Visuelle und funktionale Elemente im CX-Design .....	55
2.2.6	Emotionales Design: Die Kraft der Gefühle im Kundenerlebnis ...	61
2.2.7	Nachhaltigkeit und ethische Überlegungen im Design .....	64
2.3	Die wesentlichen Bausteine erfolgreichen CX-Designs .....	73
2.3.1	Usability: Die Kunst der Benutzerfreundlichkeit .....	74
2.3.2	Emotionen im Customer-Experience-Design: Die unsichtbaren Kräfte der Kundenbindung .....	76
2.3.3	Konsistenz im Customer-Experience-Design: Die Kunst der Einheitlichkeit .....	81
2.4	Der Flow-Zustand im Customer-Experience-Design .....	88
2.5	Best Practices im Customer-Experience-Design: Lektionen aus der Praxis	90
<b>3</b>	<b>Designforschung .....</b>	<b>95</b>
3.1	Was ist Designforschung? .....	96
3.1.1	Unterschied zwischen Designforschung und anderen Forschungsarten .....	97
3.1.2	Methoden der Designforschung .....	99
3.2	Die Rolle von Serendipität in der Designforschung .....	101
3.3	Überblick der Methoden in der Designforschung .....	104
3.3.1	Menschen verstehen: Qualitative Methoden in der Designforschung .....	106
3.3.2	Datengestützte Entscheidungsfindung: Quantitative Methoden in der Designforschung .....	111
3.3.3	Der ganzheitliche Blick: Mixed Methods und benutzerzentrierte Techniken in der Designforschung .....	114
3.3.4	Wie Metaphern die Designforschung beeinflussen .....	118
3.3.5	Narrative Methoden in der Designforschung .....	119
<b>4</b>	<b>Ihre Toolbox für erfolgreiches CX-Design .....</b>	<b>123</b>
4.1	Qualitative Methoden: Interviews, Fokusgruppen und ethnografische Studien .....	124
4.1.1	Interviews .....	125
4.1.2	Fokusgruppen .....	154
4.1.3	Ethnografische Studien .....	159
4.1.4	Auf den Spuren von Poirot: Verhörtechniken im CX-Design .....	163

4.2	Quantitative Methoden: Umfragen, Nutzungsdatenanalysen und A/B-Tests	167
4.2.1	Umfragen .....	169
4.2.2	Nutzungsdatenanalyse: Verhaltensmuster und KPIs .....	179
4.2.3	A/B-Tests .....	183
4.3	Mixed Methods .....	185
4.3.1	Narrative Methoden in Mixed-Methods-Ansätzen .....	189
4.4	Benutzerzentrierte Designmethoden: Personas, Empathy Maps, Customer-Journey-Maps .....	192
4.4.1	Personas: Die Brücke zwischen Nutzer und Lösung .....	195
4.4.2	Empathy Maps: Kunden wirklich verstehen .....	201
4.4.3	Customer-Journey-Maps: Eine Reise in das Herz der Nutzer .....	207
<b>5</b>	<b>Umsetzung von Forschungsergebnissen im CX-Design .....</b>	<b>215</b>
5.1	Die Brücke vom Wissen zur Umsetzung .....	216
5.2	Der Design-Thinking-Prozess: Die Brücke vom Wissen zur Umsetzung ...	217
5.2.1	Erkenntnisse übersetzen: Von der Theorie zur Praxis .....	219
5.2.2	Priorisierung: Fokus auf das Wesentliche .....	221
5.2.3	Lean UX: Vom Entwurf zur Realität .....	225
5.2.4	Der Design Sprint: Der Schlüssel zu blitzschnellen Innovationen ...	230
5.3	Prototyping: Lernen durch frühe Experimente .....	231
5.3.1	Varianten des Prototypings: Low-Fidelity, Medium-Fidelity und High-Fidelity .....	233
5.3.2	LEGO Serious Play: Kreativität, die Ergebnisse liefert .....	240
5.4	Die Bedeutung des Testens: Theorie trifft auf Praxis .....	242
5.4.1	Testmethoden: Usability-Tests, Remote-Tests, Eye-Tracking .....	243
5.4.2	Ein kontinuierlicher Prozess des Lernens und Verbesserns .....	246
5.4.3	Die Anwendung von VR-Tests im CX-Design .....	248
<b>6</b>	<b>Künstliche Intelligenz im CX-Design .....</b>	<b>253</b>
6.1	Anwendungen von KI in der Kundenerfahrung .....	255
6.1.1	Personalisierung von Kundenerlebnissen .....	255
6.1.2	Proaktive Kundenbetreuung und Vorhersage von Kundenbedürfnissen .....	256
6.1.3	Automatisierung und Effizienzsteigerung .....	257
6.1.4	Emotionale Intelligenz und Stimmungsanalyse .....	258

6.1.5	Verbesserte Kundeninteraktion durch intelligente Kommunikation .....	259
6.1.6	Datenanalyse und Erkenntnisgewinn .....	260
6.1.7	Sicherheit und Betrugserkennung .....	261
6.1.8	Optimierung von Produkten und Dienstleistungen .....	262
6.2	Tools und Technologien .....	264
6.2.1	Natural Language Processing (NLP) .....	264
6.2.2	Maschinelles Lernen (ML) .....	265
6.2.3	Computer Vision .....	267
6.2.4	Spracherkennung und Sprachsynthese .....	268
6.2.5	Robotergestützte Prozessautomatisierung (RPA) .....	269
6.2.6	Prädiktive Analytik und Data Mining .....	270
6.2.7	Emotionale Intelligenz durch KI .....	272
6.3	Chancen und Herausforderungen .....	273
<b>7</b>	<b>Einführung von CX im Unternehmen .....</b>	<b>277</b>
7.1	Implementierung einer erfolgreichen CX-Strategie .....	278
7.1.1	Planung und Zielsetzung: Den richtigen Kurs festlegen .....	280
7.1.2	Wie Amazon durch kleine Änderungen große Erfolge erzielt hat ...	283
7.2	Herausforderungen und Lösungen im CX-Design .....	284
7.2.1	Typische Probleme im CX-Designprozess .....	291
7.2.2	Lösungsstrategien .....	294
<b>8</b>	<b>Die Zukunft des CX-Designs .....</b>	<b>299</b>
8.1	Trend der Hyperpersonalisierung .....	302
8.2	Technologietrends .....	305
8.3	Nachhaltigkeit und Ethik .....	307
<b>Schlusswort .....</b>	<b>313</b>	
<b>Verzeichnisse .....</b>	<b>317</b>	
<b>Index .....</b>	<b>319</b>	