

*Agilwry*

# Die Katze zum Schnurren bringen

Fachtagung "User Experience"  
Mannheim, Mai 2011



User-Experience  
entsteht überall dort,  
wo der Konsument  
mit der Marke  
in Berührung kommt.

# Schwarz. Rot. Günstig.



**Die Weltmeister BahnCard 25 für nur 25 Euro.  
Und 4 Freunde 25 % günstiger mitnehmen.**

Erleben Sie die FIFA Frauen-WM direkt im Stadion. Gemeinsam mit Ihren Freunden. Mit der Weltmeister BahnCard 25 sparen nicht nur Sie, sondern auch bis zu 4 Mitreisende 25 % bei jeder Bahnfahrt. Zwischen 1. 5. und 17. 7. kosten und 4 Monate lang günstig reisen. Gültig für die 2. Klasse. Verlängert sich ohne rechtzeitige Kündigung automatisch um ein Jahr. Erhältlich bei allen DB Verkaufsstellen und unter [www.bahn.de](http://www.bahn.de).

Die Bahn macht mobil.



 **Bahn**  
 **Sparpreis-Finder**  
 **Hotel**  
 **Vergleich**

Auskunft, Preise, Buchung

Von Bahnhof / Haltestelle ...

... nach Bahnhof / Haltestelle

Einfache Fahrt  Hin- und Rückfahrt

Do, 05.05.11

02:47  Abfahrt  Ankunft

Schnelle Verbindung bevorzugen  Nur Nahverkehr bevorzugen

Erwachsene  Kinder 6-14 J.  Kinder 0-5 J.

1. Erwachsener

2. Klasse reisen  1. Klasse reisen

[-> Weitere Suchoptionen](#)

[-> Suchen](#)

[-> Von Tür zu Tür](#)

Mehr zu Reiseauskunft & Tickets

[-> Infos zu Rückgabe und Erstattung](#)



**Weltmeister BahnCard 25.**  
Nur für kurze Zeit!

[-> Jetzt bestellen](#)

[-> WM BahnCard](#) [-> Bahn&Hotel](#) [-> Muttertag](#)

Aktuelle Angebote & Tipps für Sie



Bahnreisen einfach günstig:

- [-> Sparpreis](#) ab 29 €
- [-> Europa-Spezial](#) ab 39 €
- [-> Freizeit-Ticket](#) ab 30 €
- [-> Ostsee-Ticket](#) ab 41 €
- [-> Sitzplatz reservieren](#)
- [-> Autozug-Spezial](#) ab 99 €



Reisen Sie mit Europa-Spezial...

- [-> nach Österreich](#) ab 39 €
- [-> nach Frankreich](#) ab 39 €
- [-> in die Schweiz](#) ab 39 €
- [-> in die Niederlande](#) ab 39 €
- [-> nach Dänemark](#) ab 39 €
- [-> alle Europa-Spezial Ziele](#)

Bahn-Vielfahrer



- [-> Geschäftsreisende](#)
- [-> Pendler & Abonnements](#)
- [-> mit Mobilitätseinschränkungen](#)

[> Rund um die Buchung](#)

[> Gruppe, Familie & 55plus](#)

[> Deutschland erleben!](#)

[> Geschäftsreisen](#)

**BahnCard** Zahlung Buchung Bestätigung

## Ihr Weltmeister BahnCard 25-Abo für nur 25,- EUR

### Angaben zur Karte

Seite drucken

Gewünschter Kartentyp\* Bitte wählen...  
Gültigkeitsbeginn\* Sa, 14.05.11

#### Wichtiger Hinweis

Der Kauf der Weltmeister BahnCard mit vorläufiger BahnCard als Online-Ticket ist im Moment nur mit dem heutigen Datum als Gültigkeitsbeginn möglich.

### Persönliche Daten des Karteninhabers

Geburtsdatum\* . .  
Nummer Ihrer bisherigen BahnCard / bahn.bonus Card (falls vorhanden) 7081

Anrede\* Herr  
Vorname\*  
Nachname\*  
Straße, Nr.\*  
PLZ\*, Wohnort\*  
Land Deutschland (DEU)  
Adresszusatz  
E-Mail\*  
Telefon\* (nur für eventuelle Rückfragen zu Ihrer Buchung)

### Kommunikation und Datenschutz

**Informationen per E-Mail** Ich bin damit einverstanden, interessante Informationen und Angebote von der DB Fernverkehr AG per E-Mail zu erhalten.

**Maßgeschneiderte Angebote** Ich bin damit einverstanden, dass meine im Rahmen von bahn.bonus erhobenen Reisedaten mit meinen oben aufgeführten persönlichen Angaben verwendet werden, um Informationen und Angebote besser auf meine persönlichen Bedürfnisse abgestimmt zu erhalten.  
-> Weitere Informationen zur Datenverwendung

**Datenschutz** Die personenbezogenen Daten werden für die Abwicklung der Bestellung bei der DB Vertrieb GmbH automatisiert erhoben, verarbeitet und genutzt. Alle Daten werden sicher übertragen und sind vor externen Zugriffen geschützt dank moderner Verschlüsselungstechnologie.

Zurück

→ Weiter



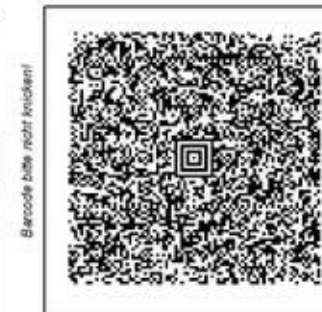
**Muster-Ticket**

**ICE Fahrkarte**

Gültigkeit: Hinfahrt ab 06.03.2008, Rückfahrt ab 07.03.2008  
 Gilt 1 Tag bis 10:00 Uhr des Folgetages.

**Dauer-Spezial (Hin- und Rückfahrt)**

Klasse: 2  
 Erw: 1  
 Hinfahrt: Frankfurt(Main) → Stuttgart, mit ICE  
 Rückfahrt: Stuttgart → Frankfurt(Main), mit ICE  
 Über: H: F-Hbf 9:05 ICE571 R: S-Hbf 16:51 ICE1090  
 DB: Kein Umtausch, keine Erstattung des Aktionspreises.



Barcode bitte nicht knicken!

**Zahlungspositionen und Preis**

Kreditkartenzahlung	Positionen		
Betrag	EUR 76,00	Fahrkarte Hin- und Rückfahrt	1 EUR 68,00
Datum	09.01.2008	Reservierung Hinfahrt	1 EUR 4,00
Transaktions-Nr	2210	Reservierung Rückfahrt	1 EUR 4,00
VU-Nr	9505602250	Summe	EUR 76,00
Gen-Nr	882210	Enthaltene MwSt. (D) 19%	EUR 12,14

Ihre Kreditkarte wurde mit dem oben genannten Betrag belastet. Die Buchung Ihres Online-Tickets erfolgte am 09.01.2008, DB Fernverkehr AG/DB Regio AG, Stephensonstr. 1, 60326 Frankfurt, Steuernummer: 045 231 28552.

**Hinfahrt:**  
 Zertifikat: 204B 90UU KQ8  
 Gültig ab: 06.03.2008

Zangenabdruck

**Rückfahrt:**  
 Zertifikat: 20W8 V42V ZR1  
 Gültig ab: 07.03.2008

Zangenabdruck

Herr Heinz Mustermann  
 Ausweis: BahnCard 6065  
 Auftrag (NVS): 927428200  
 Position: 01/01  
 Belegnummer: 427530

**Ihre Reiseverbindung und Reservierung Hinfahrt am 06.03.2008**

Halt	Datum	Zeit	Gleis	Fahrt	Reservierung
Frankfurt(Main)Hbf	06.03.	ab 09:05	6	ICE 571	1 Sitzplatz, Wg. 6, Pl. 55, 1 Fenster, Großraum, Nichtraucher
Stuttgart Hbf	06.03.	an 10:33	5		

**Ihre Reiseverbindung und Reservierung Rückfahrt am 07.03.2008**

Halt	Datum	Zeit	Gleis	Fahrt	Reservierung
Stuttgart Hbf	07.03.	ab 18:51	10	ICE 1090	1 Sitzplatz, Wg. 2, Pl. 55, 1 Fenster, Großraum, Nichtraucher
Frankfurt(Main)Hbf	07.03.	an 18:08	9		

**Hinweise:**

- Die Fahrkarte muss ausgedruckt vorliegen und gilt nur zusammen mit der beim Kauf angegebenen eigenen gültigen Identifizierungskarte
  - Bei Normalpreisen auch in anderen Zügen als in der Reiseverbindung angegeben innerhalb der Geltungsdauer gültig (ggf. Aufpreis für anderen Weg erforderlich)
  - Bei Fragen, Erstattungs- oder Rücknahmewunsch wenden Sie sich bitte an Ihre Agentur. Keine Erstattung/Rücknahme in DB Reisezentren oder im Internet.
  - Das Online-Ticket gilt nur für den unter "Fahrkarte" angegebenen Reiseabschnitt. Die Übersicht "Ihre Reiseverbindung" enthält zu Ihrer Information ggf. zusätzliche Teilstücke (z.B. Bus zum Zielort), für die vor Ort ein Ticket erworben werden muss
  - Wenn Ihr Ticket die City-Option beinhaltet, gilt diese nur am Ankunftstag der Hinfahrt bzw. am Abfahrtstag der Rückfahrt (Reisetage wie unter "Ihre Reiseverbindung" angegeben). Die Hinfahrt muss durch Zangenabdruck entwertet sein
  - Es gelten die Beförderungsbedingungen der DB AG sowie innerhalb von Verkehrsverbänden (Tarifgemeinschaften deren jeweilige Bestimmungen.
- Mehr Information gibt es unter [www.bahn.de/online/ticket](http://www.bahn.de/online/ticket). Wir danken Ihnen für Ihre Buchung und wünschen Ihnen eine angenehme Reise!

*Ogilvy*



*Ogilvy*

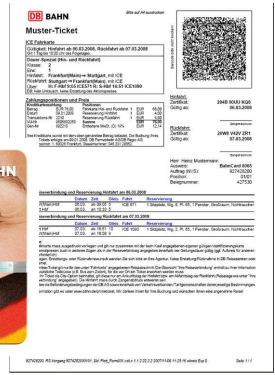
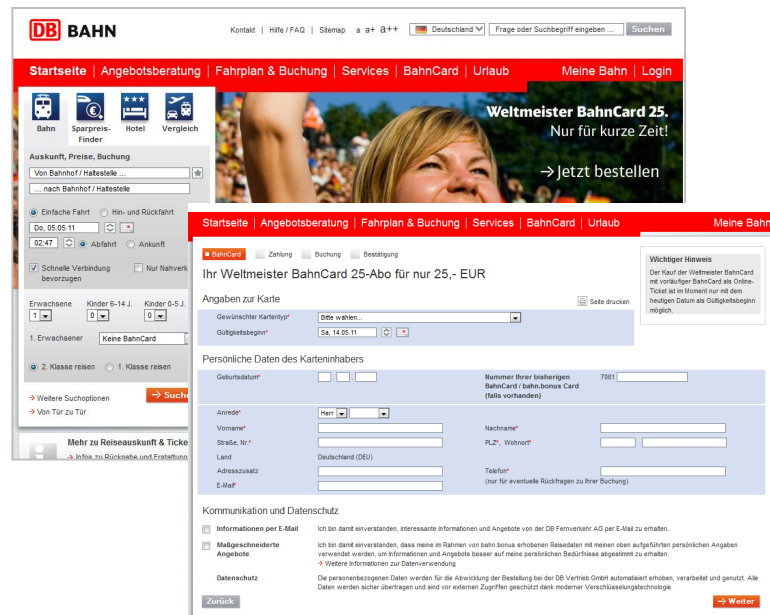




Ogilvy







# Konsument





Ogilvy



04

*Ogilvy*

# Konsequenz



*Ogilvy*

Beobachten – zuhören – verstehen

Empathie lernen

# Methoden & Instrumente

# Fokusgruppe



*Ogilvy*

# Persona



# DIE MITMACHERIN SONJA

**Alter:** 34  
**Beruf:** Hausfrau

## Beschreibung:

Sabine lebt zusammen mit ihrem Mann Volker und ihren Töchtern Marie (5) und Lotte (2) ländlich in einem gemütlichen Einfamilienhaus. Die gelernte Krankenpflegerin hat sich bereits nach der Geburt ihrer ersten Tochter dazu entschlossen, sich voll und ganz auf die Familie zu konzentrieren. Die Einrichtung und das Aussehen ihres Zuhauses ist ihr sehr wichtig und wenn die Kleinen im Kindergarten, der Mann aus dem Haus ist und Sabine kein Besuch von einer Freundin oder Bekannten hat, beschäftigt sie sich am liebsten mit neuen Dekorationsideen und surft gern und ausgiebig im Netz.

Sabine ist in mehreren Foren und Communities vertreten und besucht unsere Plattform vor allem um ihrer Geselligkeit nachzukommen und durchaus auch ihren Gestaltungsideen Platz einzuräumen.

„Die Community bietet viele Möglichkeiten über interessante Themen zu reden und nette Leute zu treffen.“

## Zur Person:

- Lebenssituation: Living with children (toddler)
- Hobbies: Lesen, Filme, Freunde, Deko

## IKEA Club:

- Mitglied
- Beitrittsmotivation: Trends/ XXXLIVE

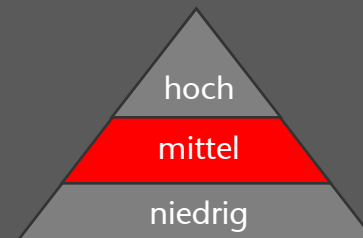
## Einrichtungsverhalten

- Wohnung: Einfamilienhaus
- IKEA: Top of Mind

## Lieblingsseiten

- Brigitte.de
- Chefkoch.de
- eBay.de

## Internetaktivität

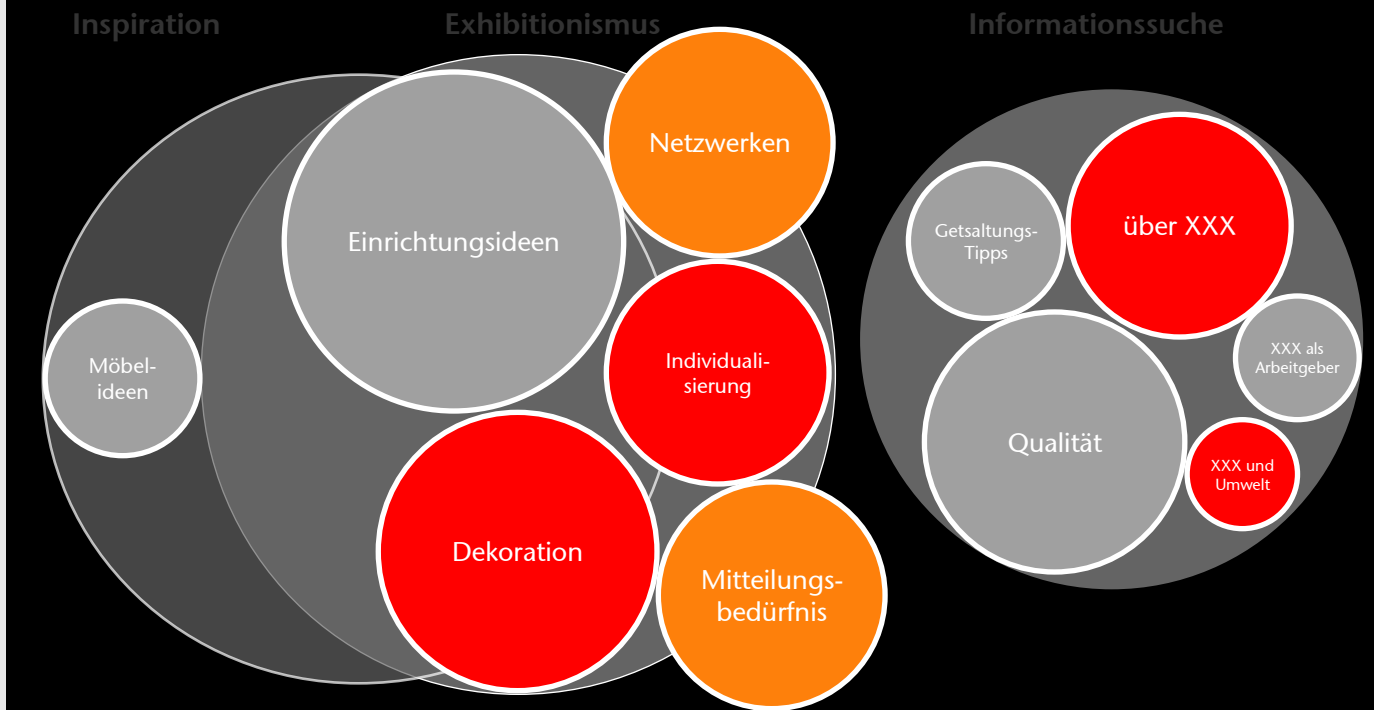


## Internetnutzung

Nachrichten	Sport	Inst. Messaging
Shopping	Social Networks	Foren
Blogs	Knowledge	Entertainment

## Motivationshintergrund

1/10/1.000



## Sabine besucht die IKEA-Community, um...

- ihrem Mitteilungsbedürfnis nachzukommen
- sich mit anderen Nutzern zu vernetzen und über interessante Themen auszutauschen
- Einrichtungs- und Dekorationstipps zu geben und auszutauschen
- sich durch Raum und Profil selbst darzustellen

## Sabine besucht die IKEA-Community..



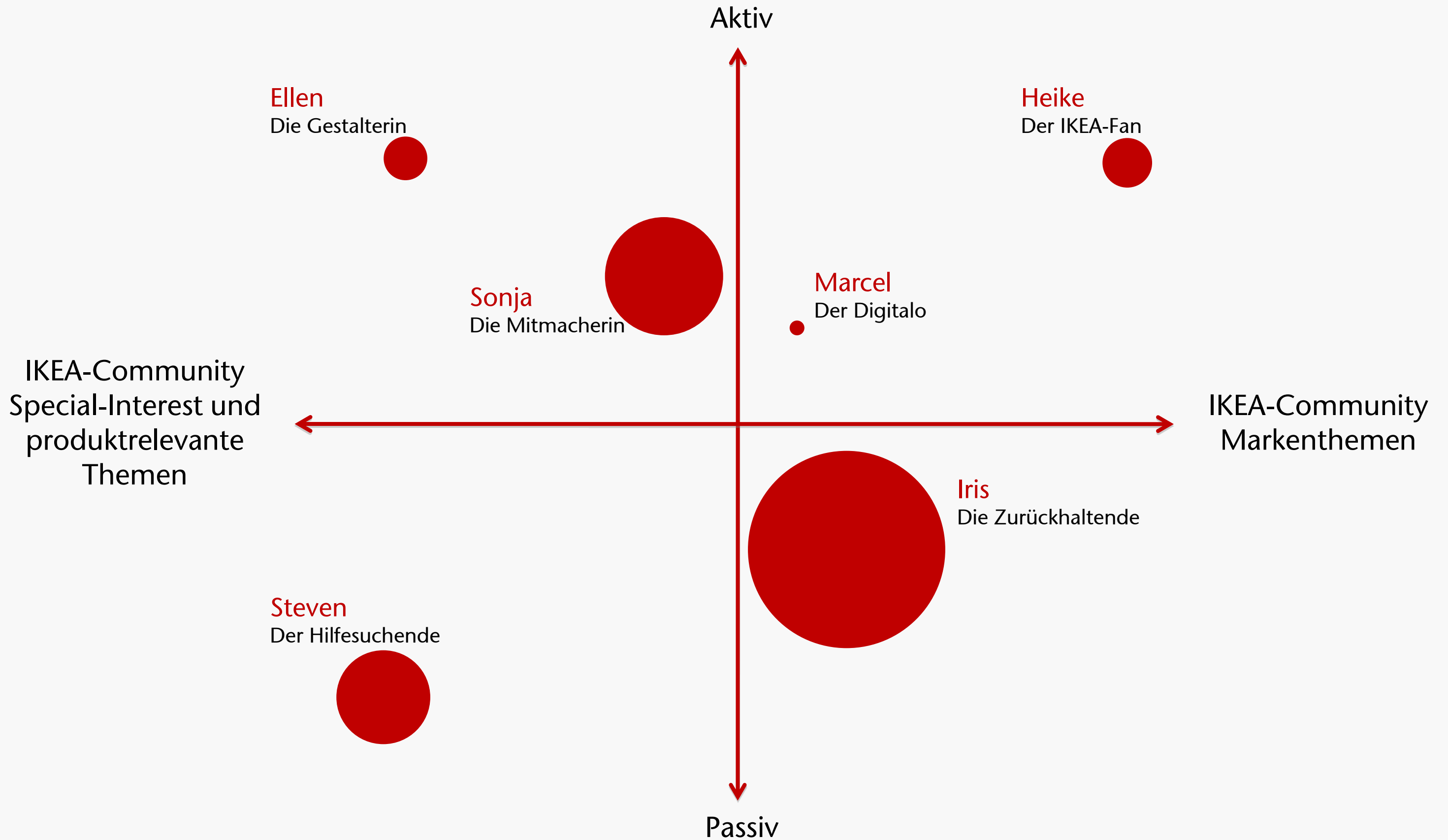
## Funktionsnutzung

- Raum, Foren, Gruppen, Polls, Rating
- Weitere: Tausch- Gebrauchtbörse, Marken-/ Produktseiten, Info zu IKEA-Neuigkeiten innerhalb der Community, IKEA-Wiki, Instant-Messaging, Games

\* generiert Inhalte, \*\* nutzt generierte Inhalte

Macher \*

Nutzer \*\*



# Customer Journey

“

Ob ich wohl schwanger bin?!



Woche 1-8

Besuch beim  
Frauenarzt..

“

Ich brauche mehr Infos zu den Entwicklungsphasen des Babys, meines Körpers...



Woche 9-15

Besuch von Buchläden,  
Magazinständen,  
von Webseiten und Foren..

“

Ob mein Po wohl in dem Rock gut aussieht? Wie kann ich in Form bleiben, wie mich auf die Geburt vorbereiten?



ab Woche 15

Besuch von Geschäften mit  
Umstandsmode,  
von Yogakursen..

“

Was brauche ich alles für das Baby? Was wird es nach der Geburt brauchen? Ich muss mich vorbereiten.



ab Woche 25

Besuch von Kleinkinderläden  
& Versandhandel zum Kauf der  
Baby-Grundausstattung;  
Geburtsvorbereitungskurse..

Woche 40

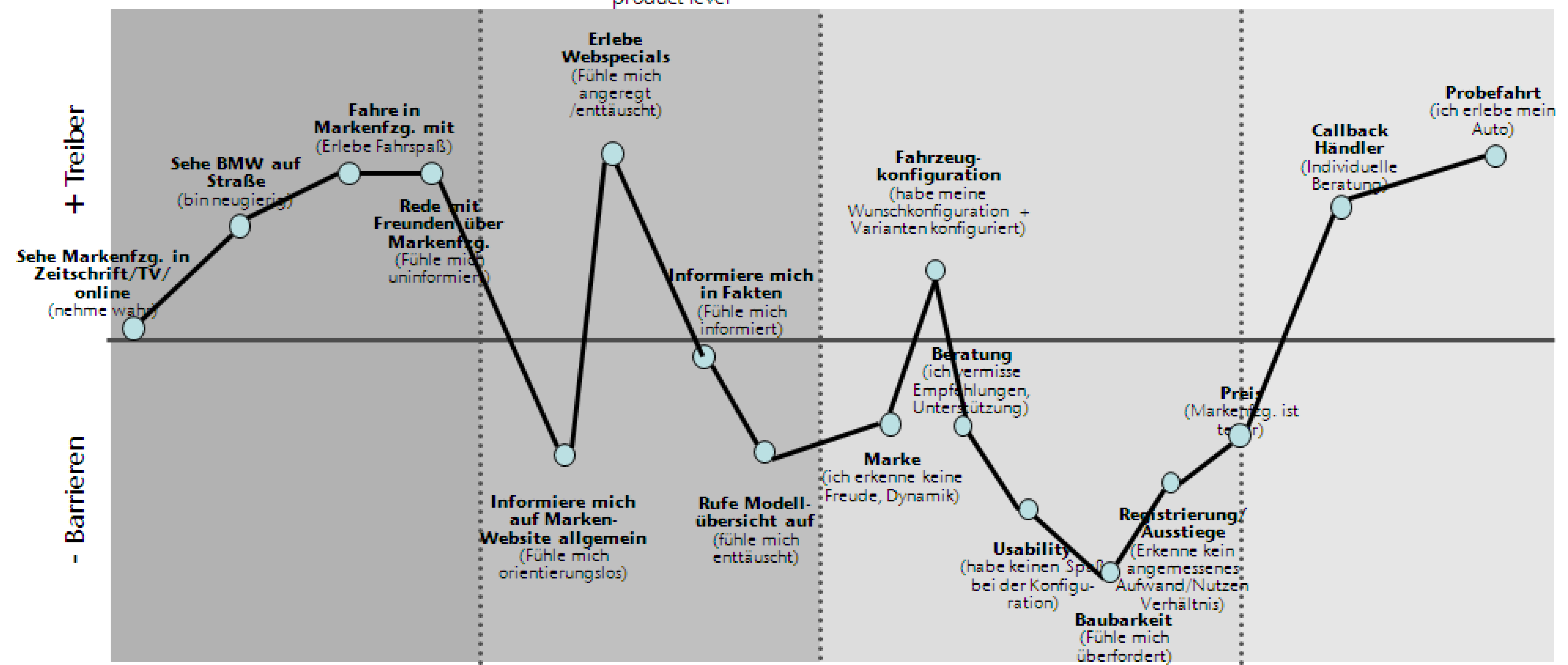
Pre-Contemplation / Awareness	Interest & Consideration	Desire & Shopping / Engagement	Purchase Decision
-------------------------------	--------------------------	--------------------------------	-------------------

Awareness for brand is developed

A passive interest on brand level is transformed into an active interest on product level

Stronger engagement in information gathering on product level

Decision on product/vendor



Ogilvy



# Uselab







# Schnurrende Katzen am Bankautomat

**BBVA**

Video auf  
<http://futureselfservicebanking.com/>

# Key-Learnings

Aufräumen – priorisieren – reduzieren

80% der User brauchen meist nur  
20% der Inhalte und Funktionen

Es sind oft banale oder unscheinbare  
Maßnahmen, die großen  
Effekt haben.