



Bedarfsanalyse

 **MINDGRIDZ**

Inhaltsverzeichnis

1.	Bedarfsanalyse (Grobkonzeption)	7
	Designmethoden	9
1.1.	Recherche / Analyse	
1.1.1.	Personas	
1.1.1.1.	Ergänzende Bedürfnisse / Secondary Persona	
1.1.1.1.1.	01_A_Brainstorming (KJ Methode)	11
1.1.1.1.2.	01_B_Brainwriting / (Methode 635)	13
1.1.1.2.	Fokusgruppe / Primary Persona	
1.1.1.2.1.	02_A_Fokusgruppe_Primary_Persona_Fragen	15
1.1.1.2.2.	02_B_ Fokusgruppe_Primary_Persona_Auswertung (Affinitätsdiagramm)	17
	Persönlichkeitstypen	19
1.1.1.3.	Auftraggeber / Ersetzende Bedürfnisse / Supplementary Persona	
1.1.1.3.1.	02_C_Werte_Interview_Supplementary_Persona	21
	Werte	23
	Charakterstärken	25
1.1.1.4.	02_D_Charakterstärken	27
1.1.2.	03_A_Konkurrenzanalyse (Triadenmethode)	29
1.1.2.1.	21_A_Usability (des Konkurrenzprodukts)	
1.1.3.	04_A_Motive_Verlangen_Verhalten	31
1.1.4.	05_A_Mission_Vision_Geschäftsmodell_Supplementary_Persona	33
	Emotion	35
	Emotionskarten	36
	Reframing	37
1.1.5.	06_A_Flowchart_Ablaufplan	39
1.1.6.	07_A_Beurteilung_Bedarfsanalyse	41
	Mediation	43
	Überblick	45
2.1.	Flowchart Webentwicklung	47
2.2.	Entwicklungsphasen	49
2.3.	Quellen	51

1. BEDARFSANALYSE

Brainstorming

Was fällt Ihnen spontan zu sich ein?

Ich glaube an ...:
Ich brenne für ...:
Meine Leidenschaft ist ...:
Was mich bewegt ...:
Probleme:
Dringlichkeit:

- ▷ 02_B_Fokusgruppe_Primary_Persona_Auswertung.pdf
- ▷ 02_C_Werte_Interview_Supplementary_Persona.pdf
- ▷ 04_A_Motive_Verlangen_Verhalten.pdf

Speichern unter ...

Fokusgruppe / Lieblingskunde Fragen

Beschreiben Sie den Nutzer Ihres Produkts / Ihrer Dienstleistung.

Personengruppen:

Wer sind meine Nutzer?

Wer sind Ihre Lieblingskunden?

Welche Menschen können das Produkt nutzen? (Nutzen)

Ziele / Problemlösung:

Welche Meinungen hat der Nutzer? (mögliche Einwände)

Wie können sich Gefühle und Wille unterscheiden? (Glauben)

Welche Ziele wollen meine Nutzer erreichen? (Business-Mission)

Aktionsbereitschaft:

Warum führt der Nutzer eine Aktion überhaupt aus? (Motiv)

Empfindung:

Welchen Verhaltenstendenzen wird der Nutzer haben? (vorher Gefühl)

Verhaltensweisen, Aufenthaltsorte:

Welche Umgebungen müssen untersucht werden?

Interaktion:

Wie wird der Nutzer mit dem Produkt interagieren?

Lebensführung, Sehnsüchte:

Welche Einstellung haben Nutzer zu dem was sie erreichen wollen? (Business-Vision)

Konkurrenzanalyse Triadenmethode

Folgt das Medium theoretisch, gedanklich und gestalterisch Ihrer oder der persönlichen Sichtweise des Lieblingskunden?

Auf was achten/t Sie/sie, was fällt Ihnen/ihr auf?

Wählen Sie bitte mindestens drei konkrete miteinander verwandte Gestaltungen aus Ihrem Gebiet aus, die ein großes Spektrum an Optionen dieses Gebiets abdecken.

Wählen Sie drei Beispiele und erklären Sie wie sich zwei vom dritten unterscheiden. Wiederholen Sie den Vorgang so oft, wie für Sie wichtig ist. Testen Sie die Gebrauchstauglichkeit (Usability) des Konkurrenzmediums, indem Sie sich Aufgaben stellen.

Wie unterscheiden sich zwei dieser Beispiele von dem dritten?

Gestaltung 1 und 2

von

Gestaltung 3

Unterschied(e):

...

Gestaltung 2 und 3

von

Gestaltung 1

Unterschied(e):

...

Gestaltung 1 und 3

von

Gestaltung 2

Unterschied(e):

...

Beurteilung der Bedarfsanalyse

Wie bewerten Sie die Beratung zur Definition eines Ziels?

Ja Nein

- Konnten Sie erkennen warum eine Beratung zur Zieldefiniton sinnvoll ist?
- Konnten Sie die Fragen in den Formularen und dem Interview in angemessener Zeit beantworten?
- Waren die Fragen eindeutig?

Wenn nein, warum?

- Mussten Sie sich bei der Beantwortung der Fragen sehr konzentrieren?

- Können Sie mit den erhobenen Informationen das Ziel erkennen?

Wenn nein, an welchem Punkt gaben Sie auf?

- Hat Sie etwas vom Ziel abgelenkt oder gestört?

Wenn ja, was?

- Ist etwas falsch oder sinnlos?

Wenn ja, was?

- Haben Sie einen anderen Ansatz um ein Ziel zu definieren?

Wenn ja, welchen?

- Haben Sie einen Vorschlag zum Ablauf?

Wenn ja welchen?

Wie transparent ist für Sie die Beratung?

sehr transparent

nicht nachvollziehbar

sehr gut

ungenügend

Wie bewerten Sie die Beratung?

- Haben Sie Fragen?

Wenn ja, an welcher Stelle?

Speichern unter ...

Quellen

About Face - Interface und Interaction Design ISBN-13: 978-3826658884
 Agile Projekte mit Scrum oder Kanban starten ISBN-13: 978-1536840049
 Angewandte Psychologie ISBN-13: 978-3662584088
 Anthropologie in pragmatischer Hinsicht ISBN-13: 978-3150075418
 Blicktricks ISBN-13: 978-3874396813
 Business Model You ISBN-13: 978-3593397252
 Charakterstärken ISBN 978-3-456-85870-8
 Das Handbuch digitale Fotografie ISBN: 3-77236869-7
 Das Photoshop Training - Retusche und Compositing Video Training Galileo Design
 Das SEO-Praxisbuch ISBN-13: 978-1503175846
 Design Methoden ISBN-13: 978-3466305926
 Die große Fotoschule ISBN 978-3-8362-7181-3
 Don't make me think ISBN-13: 978-3826697050
 Emotionen gestalten ISBN 978-3-0356-1328-5
 Facts Tell, Stories Sell ISBN 978-3-948-642-136
 Gelungenes Webdesign ISBN-13: 978-3898647595
 Gestaltungsraster - Ordnungssysteme für Schrift ISBN-13: 978-1568985893
 Gewaltfreie Kommunikation ISBN: 3-87387-454-7
 Handbuch der Farbe ISBN-13: 978-3832172893
 Handbuch Werbetexte ISBN-13: 978-3871508691
http://attrakdi.de/les/mc2003_hassenzahl_review.pdf
<https://de.wikipedia.org/wiki/Kognition>
<https://de.wikipedia.org/wiki/Perzeption>
<https://martinkleinheinz.de/beste-festbrennweite-fuer-portraits/>
 Impulse - Webinar.pdf
 Interviews führen: ISBN-13: 978-3658134518
 Kribbeln im Kopf ISBN-13: 978-3874395823
 Leitfaden E-Mail Marketing 2.0 ISBN-13: 978-3000271809
 Mediation: ISBN-13: 978-3466305926
 Neuropsychologie ISBN-13: 978-3531168272
 Mit einem Satz das Leben ändern ISBN 978-3-424-15201-2
 Praxisbuch Gestaltungsraster ISBN-13: 978-3874395717
 PsyConversion ISBN 978-3-658-21725-9
 Rainer Kuhlen, Wolfgang Semar, Dietmar Strauch (Hrsg.): Grundlagen der praktischen Information und Dokumentation. 6. Ausgabe. Berlin 2013
 Raster für das Webdesign ISBN-13: 978-3499612268
 Reframing: (NLP): ISBN-13: 978-3873872288
 Responsive Webdesign ISBN-13: 978-3446430150
 Schriftwerk ISBN-13: 978-3403043164
 Sprachbilder und Metaphern in der Mediation ISBN: 978-3-943951-07-3
 Strategie Workshop ISBN-13: 978-3791032320
 Typische Phasen von Entwicklungsprozessen in der MCI (in Anlehnung an DIN ISO 9241-210) - Harald Reiterer, Florian Geyer
 Über gutes Webdesign: - Missin Links ISBN-13: 978-3446225541
 Walter de Gruyter (siehe www.degruyter.com/view/product/174371)
 Website-Konzeption ISBN-13: 978-3827328311
 66 Gebote systemischen Denkens ISBN-13: 978-3849702120

2. Auflage
© 2021 - Martin Lattner