



 NanoGiants

APPGUIDE

**SCHRITT-FÜR-SCHRITT-ANLEITUNG:
WIE BAUEN UNTERNEHMEN **MOBILE APPS**,
DIE KUNDENPROZESSE ERFOLGREICH
DIGITALISIEREN UND **AMBITIONIERTE
GESCHÄFTSZIELE ERREICHEN****

APPS, CUSTOMERS LOVE

WIR BEOBACHTEN, DASS BEI DEN MEISTEN UNTERNEHMEN IM VERTRIEB UND MARKETING DER WUNSCHZUSTAND NACH EINER ERFOLGREICHEN KUNDEN-APP WIE FOLGT AUSSEHT:

- Wir wollen echte Kundenmehrwerte liefern und unsere Kunden begeistern.
- Wir wollen die Kundenloyalität steigern.
- Wir wollen durch Apps innovativer werden und uns von der Konkurrenz stärker abgrenzen.
- Wir wollen neue Umsatzquellen erschließen, die unsere Wirtschaftlichkeit steigern.
- Wir wollen weniger Komplexität und Abhängigkeiten, sondern mehr Geschwindigkeit.
- Wir wollen Leuchttürme schaffen, die bedeutsam für die Organisation sind.

9/10 Unternehmen erachten die Punkte als erstrebenswert. Dennoch gelingt es den Wenigsten, diese für sich selbst umzusetzen.

DIE HÄUFIGSTEN PROBLEME:

Fast immer wird zu viel Budget investiert, ohne spürbare Erfolge

Die Rezensionen in den Stores werden zunehmend schlechter

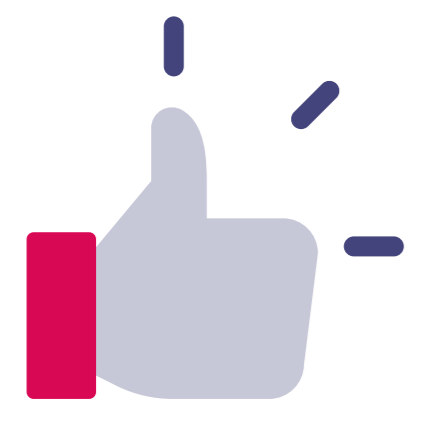
Oft werden die richtigen Schritte eingeleitet, allerdings in der falschen Reihenfolge

Die Nutzer kommen nicht wieder oder nutzen die App zu selten

Interne Abhängigkeiten bremsen die App-Entwicklung aus




Geschäftsführer oder Führungsverantwortliche starten erst gar nicht, entweder aus der Angst zu scheitern oder aus der Annahme, dass die ersten Erfolge in ferner Zukunft liegen





INHALTE

Was fehlt oftmals, um mit einer Kunden-App durchzustarten? Dieser Guide liefert Antworten. Wir zeigen mit klaren Beispielen, wie Unternehmen und Führungskräfte aus Marketing und Vertrieb einzigartige Apps mit überzeugenden Erfolg gebaut haben.

-  **KAPITEL 1:**
Gute Investitionsvorlage schaffen: Idee validieren und Investitionsrisiken reduzieren
-  **KAPITEL 2:**
App-MVP: Schnellen Markteintritt mit ersten Erfolgen erzielen
-  **KAPITEL 3:**
App durch den kritischen Wachstumspfad nach dem App-Rollout steuern

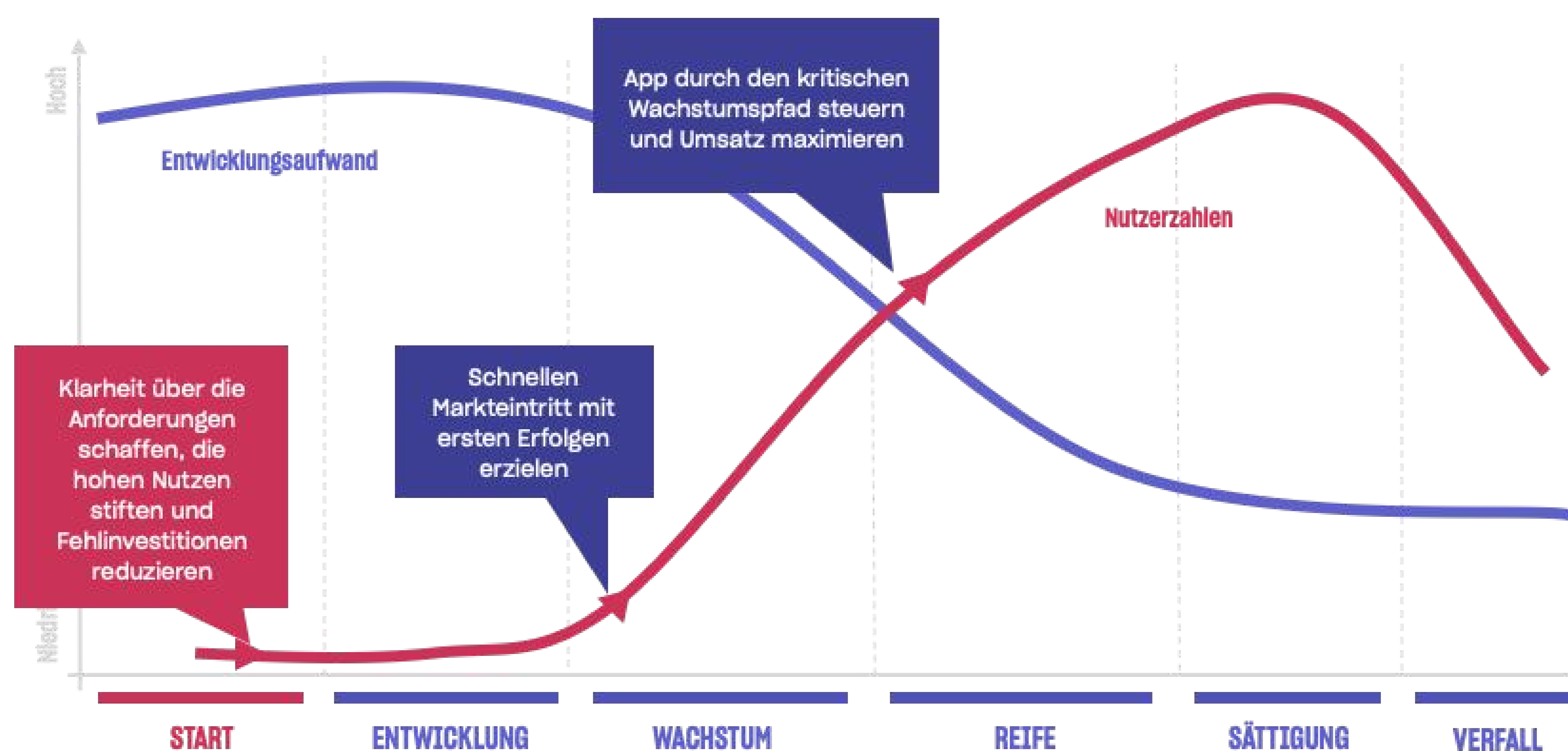


PRODUCTS CREATE VALUE. PROJECTS COSTS MONEY

KUNDENBEDÜRFNISSE VERÄNDERN SICH RASANT: UNTERNEHMEN INVESTIEREN IN IT-PROJEKTE, UM KUNDEN NICHT ZU VERLIEREN UND NEUE KUNDEN ZU GEWINNEN. ES IST HART ZU SEHEN, WIE HOCH DIE FEHLINVESTITIONEN SIND UND WIE UNTERNEHMEN ZUNEHMEND IHRE WETTBEWERBSVORTEILE VERLIEREN.

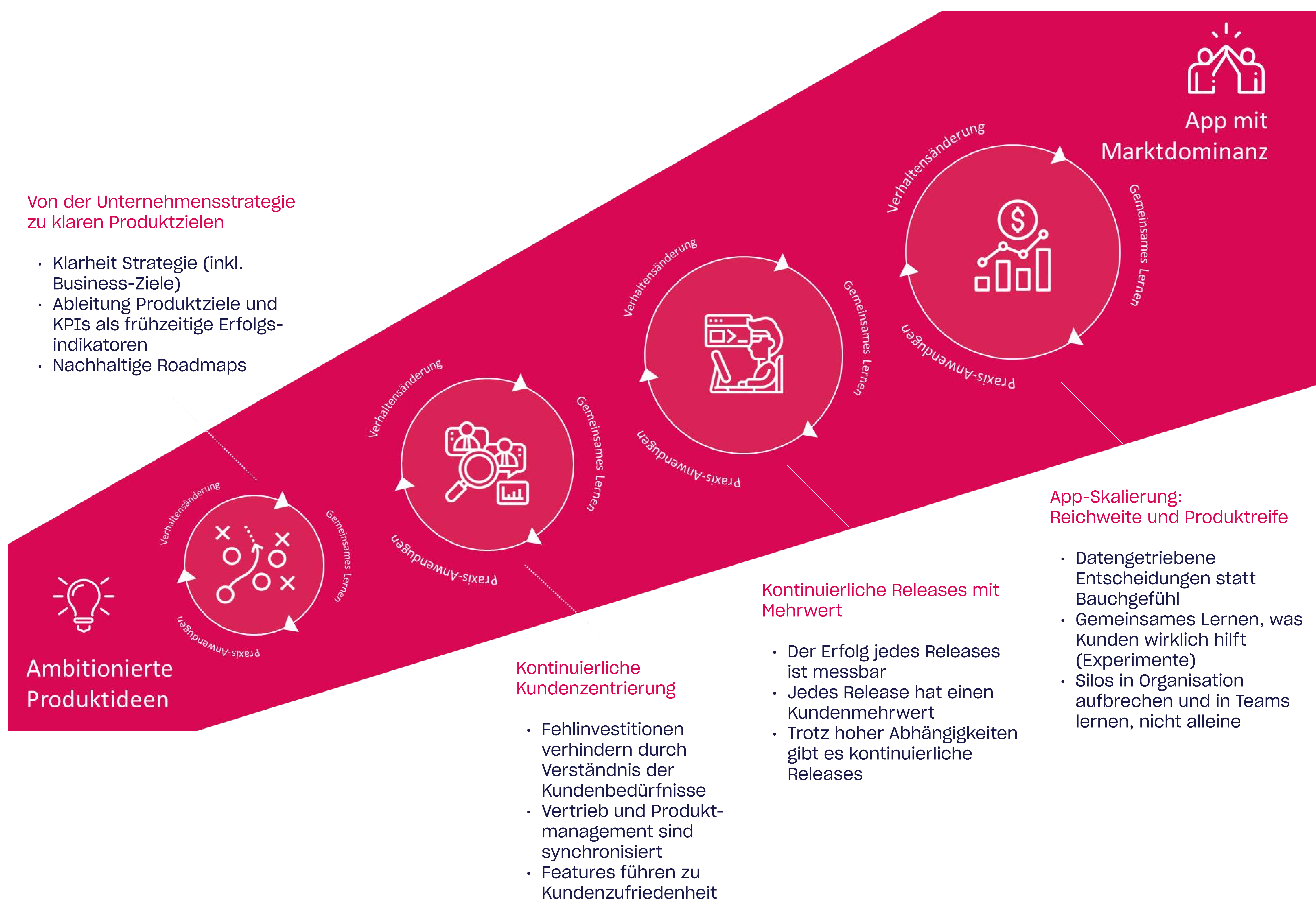
Der häufigste Grund für zukünftiges Scheitern liegt in der Betrachtungsweise der Apps als IT-Projekte. Organisationen planen Budgets, setzen IT-Projekte um, die in die Wartung gehen, sobald sie auf den Markt kommen. Es ist wichtiger das IT-Projekt in Zeit und Budget zu schaffen, statt den Fokus auf den Wert des App-Produktes zu legen, welches es für eine konkrete Zielgruppe haben sollte. Löst das App-Produkt ein wirkliches Problem der Zielgruppe und schafft es damit messbar Business-Impact (z.B. mehr Umsatz oder Kundenloyalität)? IT-Projekte sind nach innen gerichtet und das Projektteam beschäftigt sich mit sich selbst, internen Abhängigkeiten und den Einzelwünschen von Stakeholdern.

Apps müssten als digitale Produkte betrachtet werden, die einen Produktlebenszyklus besitzen, der volle Aufmerksamkeit benötigt und eine konstante Disziplin, die Produktreife zu steigern, um damit die Business-Ziele zu skalieren.



PRODUCTS GROWTH

Um erfolgreiche App-Produkte zu bauen, benötigen Teams Expertise und Erfahrung in den vier Wachstumskompetenzen: Strategie, Discovery, Delivery und Scaling. Die Kombination der vier Kompetenzen stellt sicher, dass Fehlinvestitionen verhindert und schnelle Produkterfolge gefeiert werden.



BEISPIELE FÜR HERAUSRAGENDE ERGEBNISSE

Eine App, die Bestandskunden begeistert, Umsatz generiert und die Kundenloyalität stärkt



ESSEN, DEUTSCHLAND



77.000 MITARBEITER



BRANCHE: EINZELHANDEL



- Es gab kein mobiles Angebot
- Es gab keine Erfahrungen in der App-Entwicklung
- Alte App lief instabil und mit wenig Performance
- Schlechte Rezensionen in Stores.



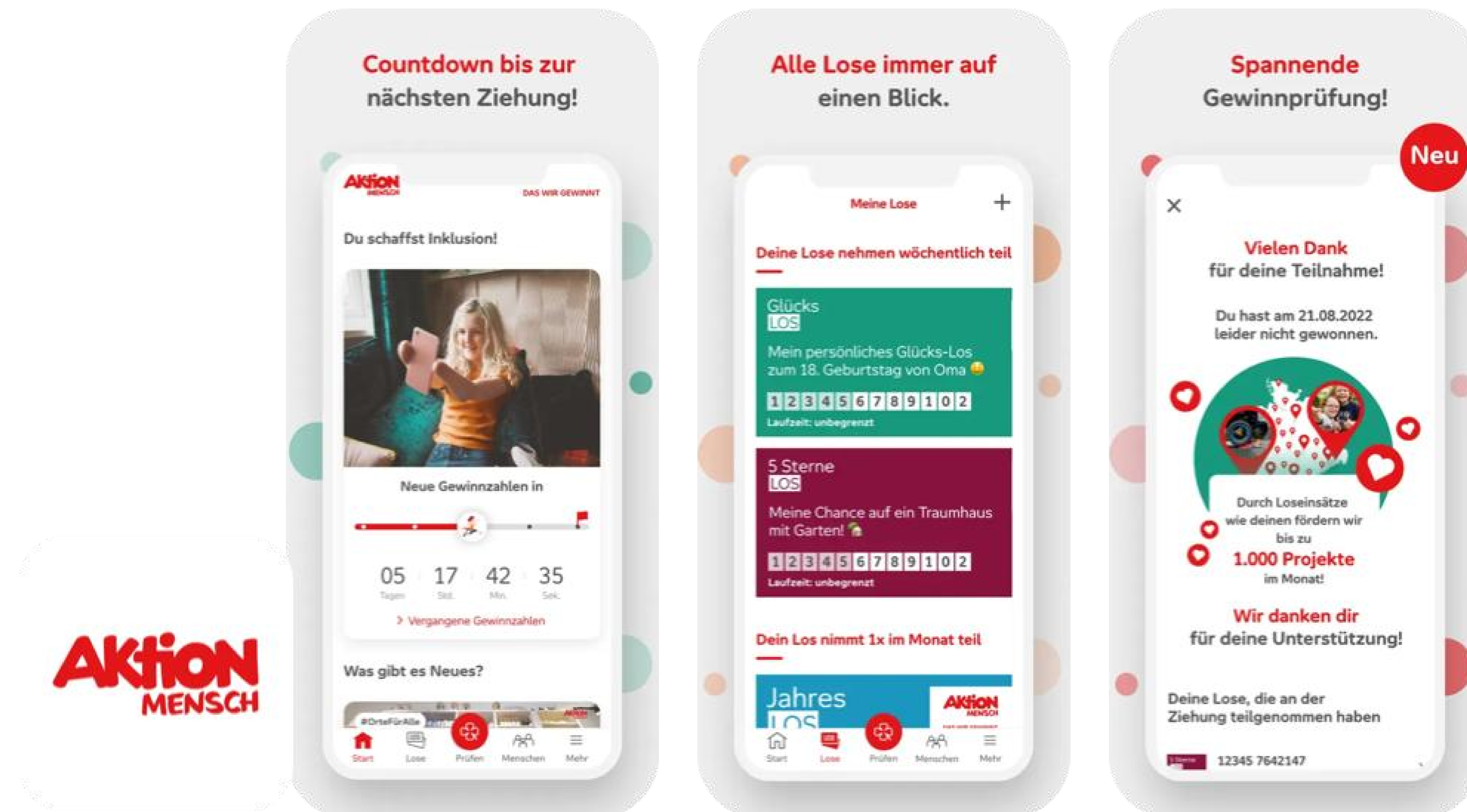
- Durchführung einer Vorstudie (NanoSprint) zur Bewertung des MVPs
- Validierung des Click-Dummys mit echten Nutzern und im Usability-Lab
- Agile Entwicklung des App-MVPs
- Agile Weiterentwicklung (ca. 2 Jahre)
- User Insights Management zur Steigerung der Nutzerakzeptanz und Nutzungsquote



- Aufgebaute Reichweite: **> Millionen User**
- Nutzer-Engagement: **sehr hoch**
- Hohe Nutzerzufriedenheit: **4,8 Sterne**

BEISPIELE FÜR HERAUSRAGENDE ERGEBNISSE

Eine App, die Bestandskunden begeistert, Umsatz generiert und die Kundenloyalität stärkt



BONN, DEUTSCHLAND



250 - 500 MITARBEITER



BRANCHE LOTTERIE



- App hat geringen Umsatz generiert
- Die Nutzer-Loyalität war gering
- Alte App lief instabil und mit wenig Performance
- Schlechte Rezensionen in Stores
- Kunde möchte Kundengenerierung und Kundenloyalität massiv erhöhen



- Durchführung einer Vorstudie (NanoSprint) zur Bewertung des MVPs
- Validierung des Click-Dummys mit echten Nutzern und im Usability-Lab
- Agile Entwicklung des App-MVPs
- Agile Weiterentwicklung
- User Insights Management zur Steigerung der Nutzerakzeptanz und Nutzungsquote



- Nutzergewinnung 2 J: **> Millionen User**
- Umsatzgenerierung: **sehr hoch**
- Nutzer-Engagement: **sehr hoch**
- Nutzer-Bindung: **sehr hoch**
- Hohe Nutzerzufriedenheit: **4,8 Sterne**

APPS WITH IMPACT

DIE ENTWICKLUNG MOBILER APPS FÜR KUNDEN IST EIN KOMPLEXES VORHABEN, INSBESONDERE DANN, WENN DIE APP FÜR HUNDERTTAUSENDE UND MILLIONEN VON NUTZERN VORGESEHEN IST.

Oft entstehen im Unternehmen viele Ideen für die Anforderungen einer Kunden-App. Jeder ist sich sicher, die Anforderungen zu kennen, die nötig sind, um Nutzer glücklich zu machen. Es werden alle Anforderungen gesammelt und an die externe App-Agentur gegeben oder eine Ausschreibung gestartet, um eine Aufwandsschätzung für die Budgetplanung zu erhalten.

DAS VORGEHEN IST GÄNGIGE PRAXIS UND HOCHRISKANT, DENN:

- Oft ist unklar, wer die Nutzer der App sind und es wird viel pauschalisiert
- Oft ist unklar, ob die Anforderungen tatsächliche Probleme der Nutzer lösen
- Oft ist unklar, ob alle Anforderungen einen Business-Value haben
- Oft ist unklar, ob die Anforderungen technisch machbar sind

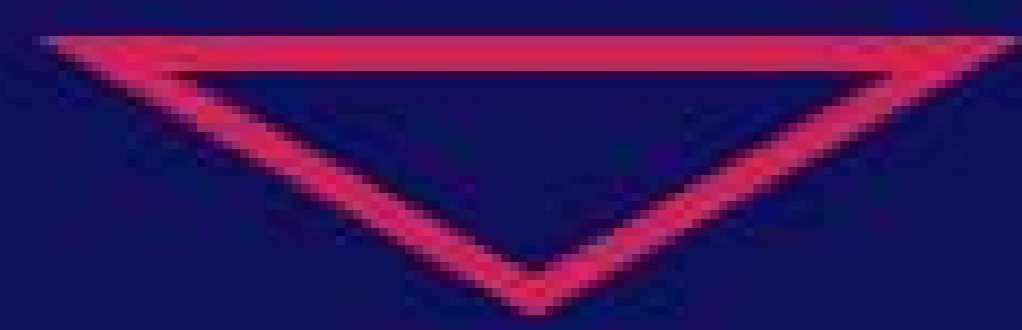
Mit zunehmender Komplexität entsteht die Unsicherheit im Projekt. Wie können wir sicher gehen, dass die App ein Erfolg wird? Wie gehen wir mit den internen Abhängigkeiten um? Wie können wir unsere Stakeholder zufrieden machen? Wie können wir in unserer Organisation einen Leuchtturm bauen, anstatt uns zu verrennen und in der Karriere stehen zu bleiben?

Die App-Entwicklung braucht einen klaren und bewährten Produktentstehungsprozess, mit dem das Risiko in jeder Phase reduziert wird und schnelle, messbare Erfolge das Vertrauen der Stakeholder ausbauen.

Mit dem richtigen **3-Schritte-Modell** können Apps entstehen, die zu wahren Leuchttürmen wachsen – ganz ohne Risiko!

3-Schritte-Methode, um Risiken zu reduzieren und App-Erfolg planbar zu skalieren

App-Idee oder App-Relaunch starten



Vorstudie
App-Strategie,
Machbarkeitsanalyse und
klarer Business-Case



Erste App-Version
App-Entwicklung für
schnellen Markteintritt
mit hohem Wow-Effekt



App-Skalierung
Steigerung der
Produktreife und
Reichweite



Erfolgsmessung
Pro Release: Dinge
verstehen und Ziele
besser erreichen

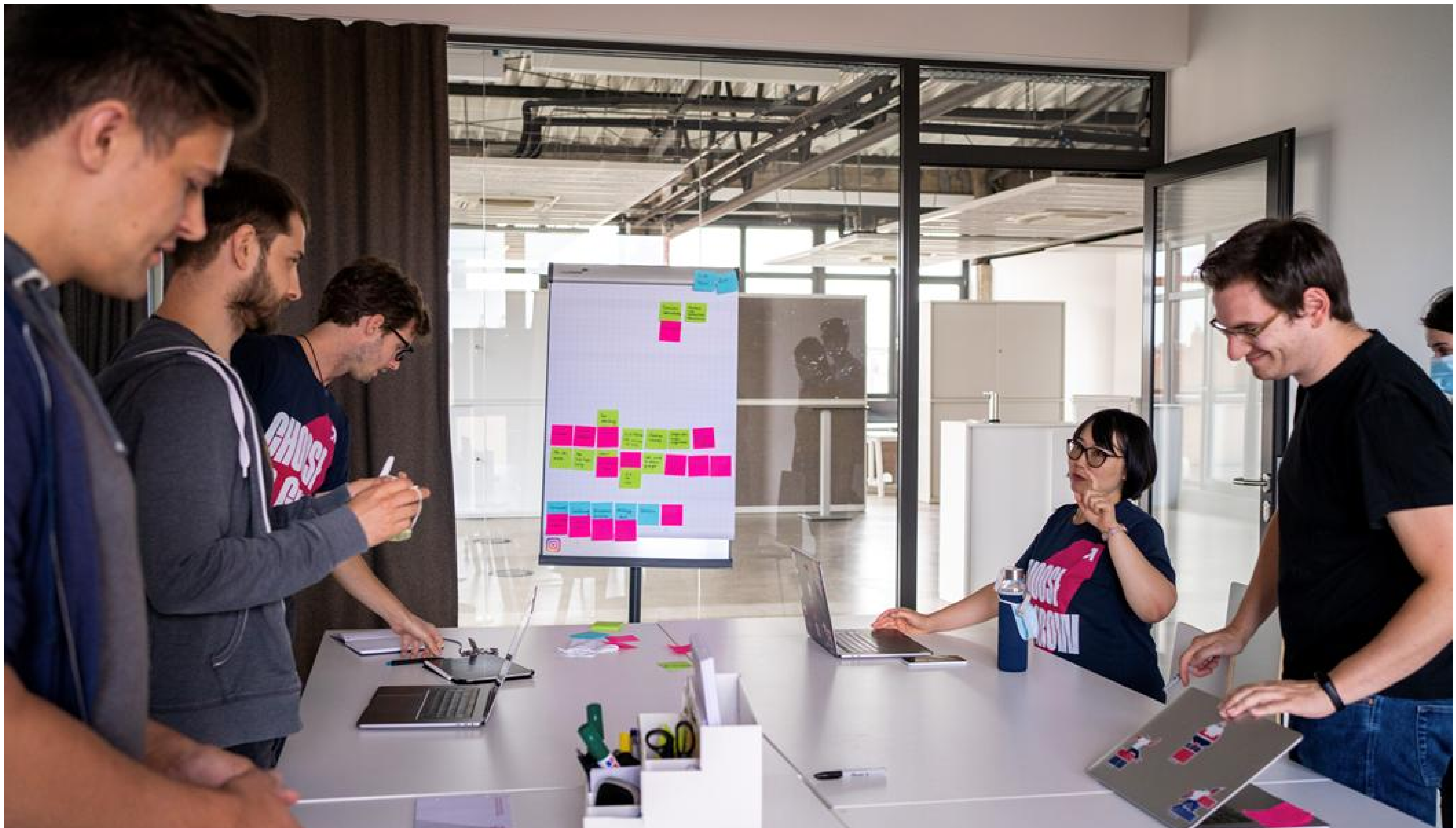


Exzellenz erlernen
Kunden befähigen, selbstbestimmter zu agieren



1. KAPITEL: VORSTUDIE

IDEE VALIDIEREN, STRUKTURIEREN UND RISIKEN EINER FEHLINVESTITION VERHINDERN



NO RISK. MORE FUN.

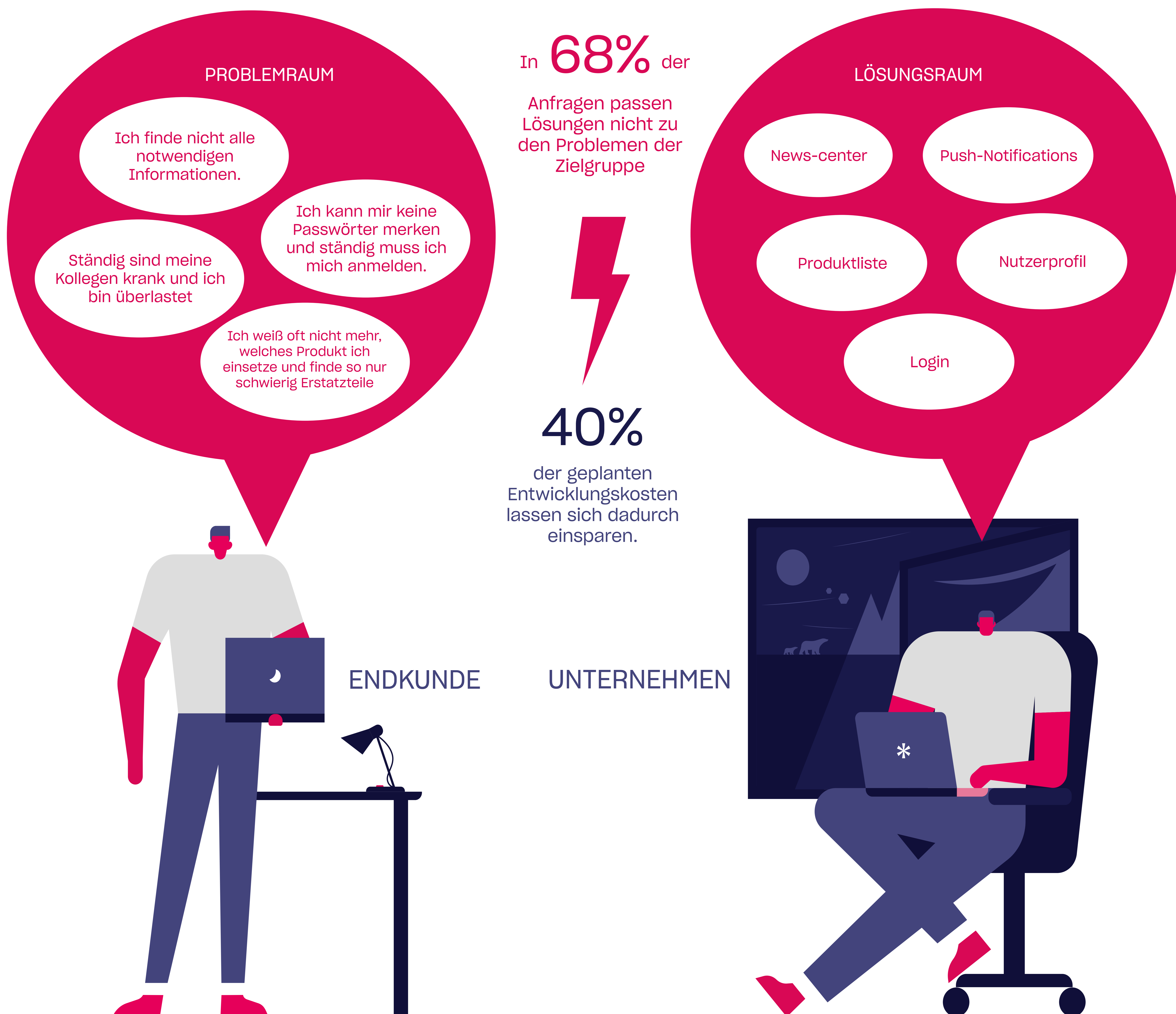
BEST PRACTICE VORGEHENSWEISE IN DER VORSTUDIE: WENIGER RISIKO FÜR FEHLINVESTITIONEN, MEHR SICHERHEIT FÜR DEN ERFOLG.

Bevor hohe Investitionen in die Entwicklung einer Software fließen, ist es zwingend erforderlich, die Machbarkeit des App-Vorhabens zu prüfen. In über 68 % aller Vorqualifikationen mit potentiellen Kunden konnten wir herausfinden, dass die gewünschten, umzusetzenden Anforderungen (Lösungsraum) keine Schnittmenge zu den Problemraum der Nutzer hatten. Sprich: wenn diese Features umgesetzt werden würden, wäre viel Geld für wenig Nutzerakzeptanz ausgegeben worden. Durch die bewährte

Vorstudie der NanoGiants lässt sich das Risiko signifikant reduzieren und spätere Entwicklungskosten um bis zu 40 % einsparen.

FOLGENDE RISIKOBEREICHE SOLLTEN IMMER VOR DEM START EINER APP-ENTWICKLUNG GEPRÜFT WERDEN:

1. Ist das Produkt wirtschaftlich und profitabel (Business)?
2. Ist das Produkt wertvoll für den Kunden/Nutzer (Customer)?
3. Ist das Produkt bedienungsfreundlich (Usability)?
4. Ist das Produkt technisch umsetzbar (Tech)?



BEST PRACTICES

Es existieren bewährte Best Practice Methoden, die Unternehmen helfen, die Risiken der einzelnen Bereiche systematisch zu reduzieren. In Nachfolgenden findest Du bewährte Werkzeuge, um methodisch und systematisch Klarheit für Dein App-Vorhaben zu erhalten:

Werkzeug	Risiken	Beschreibung	Weitere Informationen
<p>Workshop: How to Develop a Product Vision</p>	<p>Ist das Produkt wirtschaftlich und profitabel (Business)?</p>	<p>Eine Produktvision ist ein entscheidender Teil bei der Entwicklung eines Produkts. Sie dient als Leitstern für dein Produkt und hilft dir bei der Priorisierung jeder notwendigen Schritte auf dem Weg dorthin. Unsere Workshop-Vorlage hilft dir dabei zu verstehen, welche Aspekte bei einer Produktvision wichtig sind und wie man eine perfekte Produktvision formulieren kann.</p> <p>Die NanoGiants nutzen die Erkenntnisse des Workshops, um darauf aufbauend die Kunden bei der Entwicklung eines profitablen Business Models zu unterstützen, sowie eines Business Cases mit schnellem Return on Invest (ROI).</p>	 <p>Workshop: How to Develop a Product Vision</p> <p> NanoGiants  5</p> <p>https://miro.com/miroverse/how-to-develop-a-product-vision/</p>
<p>Workshop: How to Discover</p>	<p>Ist das Produkt wertvoll für den Kunden/ Nutzer (Customer)?</p>	<p>Stell dir vor, du hast eine vollständige Backlog oder Roadmap für dein Produkt. Aber du bist dir nicht sicher, welche Funktion den meisten Wert für deine Kunden liefern wird. Es gibt Risiken oder Unbekannte, die du bei der Implementierung bestimmter Funktionen siehst.</p> <p>Unsere Workshop-Vorlage wird dir helfen, Funktionen zu priorisieren und schrittweise Entdeckungsmethoden zu identifizieren, um Funktionenrisiken zu minimieren und einen maximalen Wert für deine Kunden zu schaffen. Der Ansatz basiert auf den bewährten Produktentdeckungs-Methoden von Marty Cagan.</p>	 <p>Workshop: How to Discover</p> <p> NanoGiants  33</p> <p>https://miro.com/miroverse/pcp-how-to-discover/</p>

Werkzeug	Risiken	Beschreibung	Weitere Informationen
Click-Dummys in User Testings	Ist das Produkt bedienungsfreundlich (Usability)?	Auch wenn die richtigen Features definiert wurde, hängt es grundlegend davon ab, wie die App grafisch gestaltet ist und wie intuitiv die Benutzerführung ist. Oft werden Apps sehr technisch umgesetzt und die User Experience leidet. Mithilfe eines Click-Dummys und methodischer User Testings lassen sich wesentliche Risiken in der Bedienbarkeit reduzieren und die Nutzerakzeptanz steigern. Folgende Software bietet sich am Besten an, um Click-Dummys zu entwickeln: https://www.figma.com/de/	 https://vimeo.com/825003022?share=copy
Workshop: Tech-Assessment	Ist das Produkt technisch umsetzbar (Tech)?	Die technische Machbarkeit wird oft unterschätzt. Insbesondere wenn Millionen von Nutzern die App nutzen sollen, ist es unerlässlich eine skalierbare Infrastruktur mit schnellen Kommunikationsschnittstellen (APIs) sicherzustellen. Ebenfalls entscheidet ist die Auswahl der Technologie, mit der die App entwickelt werden soll.	Wir beraten Dich gerne zu den Umsetzungsstrategien!

PRACTICE INSIGHTS

Häufigste Fehler	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produktvision oft vorhanden, allerdings als sehr unscharfe Version, aus der z.B. nicht hervorgeht, wie sich das Produkt von der Konkurrenz abgrenzt. 2. Zielgruppen sind sehr pauschal definiert oder Personas veraltet. Durch diese Unklarheit entstehen Features, die wenig Akzeptanz erfahren. 3. Viele Anforderungen kommen aus dem (Lösungsraum) und wurden intern gebrainstormt, die wenigsten passen zu dem Kunden/Nutzern (Problemraum). 4. Technische Machbarkeit wird nicht geprüft und Abhängigkeiten nicht frühzeitig aufgeplant. In der Entwicklung kommt es dann zu zeitlichen Verzögerungen. 5. Anforderungen werden definiert ohne zu wissen, was die Unternehmensziele sind. 6. Es existiert keine Roadmap, welche die Produktentwicklung strategisch steuert. 7. Der Business-Nutzen, den die App hat, und wann ein Return On Invest (ROI) erzielt wird, ist unklar. 8. Stakeholder sind nicht involviert. Am Ende kommt die böse Überraschung oder Enttäuschung, wenn Erwartungen auseinander gehen.
------------------	---

<p>Wichtigste Erfolgsfaktoren</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Alle vier Risikodimensionen müssen bewertet werden, um das Gesamtrisiko des Vorhaben zu reduzieren.2. Kunden bzw. Nutzer sollten im Mittelpunkt stehen. Durch das klare Verständnis der Bedürfnisse, lassen sich Features bauen, die auf eine hohe Akzeptanz stoßen.3. Die Visualisierung der Anforderungen in Prototypen oder Click-Dummys steigert den Erfolg einer App extrem.4. Durch User Tests oder User Interviews lassen sich so wichtige Anforderungen für die Nutzung herausarbeiten.5. Anforderungen müssen als User Stories definiert sein, damit eine Agentur diese bestmöglich einschätzen kann.6. Jede Kunden-App sollte ein solides Business Model (inkl. eines Business Cases) mit klaren Umsatzzielen besitzen.7. Der Einsatz von Best Practice Methoden, die sich in der Praxis bewährt haben, ist zwingend empfehlenswert.
-----------------------------------	---



2. KAPITEL: APP-MVP

SCHNELLEN MARKTEINTRITT MIT ERSTEN ERFOLGEN ERZIELEN



MARKET, READY, STEADY, GO!

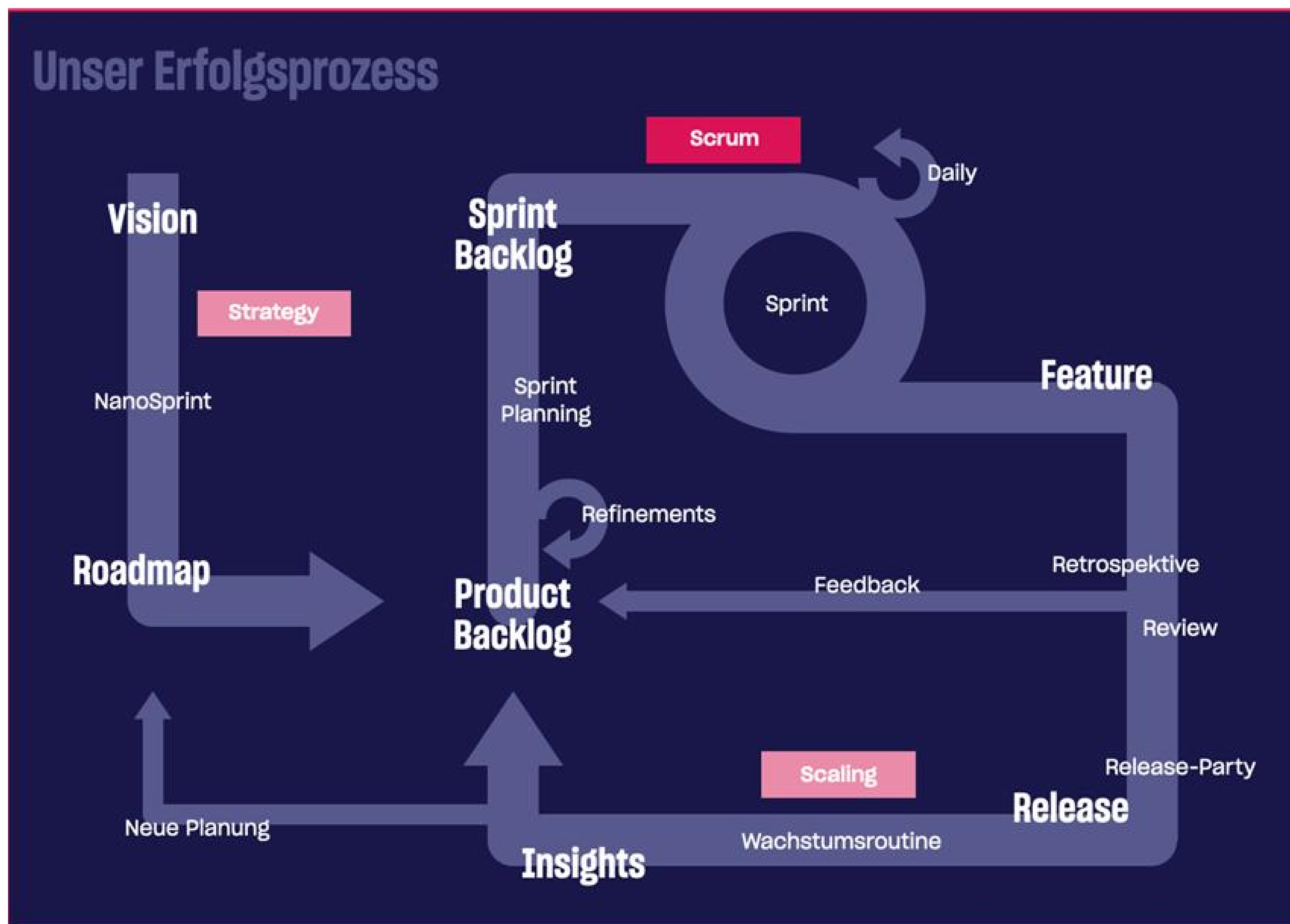
DER ERFOLG EINER APP LEBT VON DER AKZEPTANZ DER NUTZER. DAHER SOLLTE BEREITS IN DER ENTWICKLUNG DER ERSTEN APP-VERSION (MVP) DARAUF GEACHTET WERDEN, DASS TESTNUTZER PARALLEL ZUR ENTWICKLUNG WERTVOLLES FEEDBACK LIEFERN.

Die Entwicklung einer App sollte möglichst agil erfolgen. D.h. alle 2-3 Wochen liefert das Produktentwicklungsteam eine lauffähige Zwischenversion der App. So kann das Vertrauen der Stakeholder wachsen und erste wichtige Erkenntnisse werden parallel zur Entwicklung durch User Testings generiert. Durch die agile Arbeitsweise können auf dem

Weg diese Erkenntnisse flexibel eingeplant und berücksichtigt werden – damit spart man sich spätere Anlaufschwierigkeiten nach dem Rollout.

Der Erfolgsprozess der NanoGiants sieht vor, dass die Produktvision stets die strategische Richtung in der Entwicklung weist. Die Roadmap orientiert sich an der Vision und den Produktzielen, welche von der Unternehmensstrategie abgeleitet werden. Sämtliche Anforderungen werden strukturiert im Product Backlog erfasst und in User Storys beschrieben (Methode, um Anforderungen aus Sicht des Nutzers zu formulieren bzw. den Nutzen, denn eine Anforderungen haben muss). Die User Storys sind eine ideale Grundlage für spätere Aufwandsschätzungen der Umsetzungspartner.

Führen die NanoGiants einen solchen NanoSprint durch, so erfolgt die Aufwandsschätzung zum Festpreis mit Garantieverprechen über den Liefertermin – ein hartes Commitment, das bei anderen Agenturen selten zu finden ist. Auf dem Entwicklungsweg finden sich die Kunden der NanoGiants stets in Erfolgsroutinen wieder, in denen jeder Einzelne persönlich und fachlich wächst.



BEST PRACTICES

Die App-Entwicklung ist komplex und bestimmte Anforderungen müssen erfüllt werden:

Anforderungen	Beschreibung
Benutzerfreundlichkeit	Die App sollte einfach und intuitiv zu bedienen sein, sodass die Nutzer die Funktionen schnell verstehen und effektiv nutzen können.
Performance	Die App sollte schnell und zuverlässig laufen, um ein reibungsloses Nutzererlebnis zu gewährleisten. Lange Ladezeiten oder häufige Abstürze können die Nutzerfrustration erhöhen und zu negativen Bewertungen führen.
Sicherheit	Die App sollte sicher sein, um die Privatsphäre und die Daten der Nutzer zu schützen. Dies umfasst die Verwendung von Verschlüsselungstechnologien, sichere Übertragung von Daten, Schutz vor Malware und andere Schutzmechanismen.
Skalierbarkeit	Die App sollte in der Lage sein, mit dem Wachstum der Nutzerzahl und der Datenverarbeitung umzugehen. Eine schlechte Skalierbarkeit kann zu Verzögerungen, Fehlern und Unterbrechungen führen.
Interoperabilität	Die App sollte in der Lage sein, mit anderen Systemen und Plattformen zu interagieren, z.B. durch Integration mit APIs und Diensten von Drittanbietern.
Barrierefreiheit	Die App sollte für alle Nutzer zugänglich sein, unabhängig von ihren körperlichen oder kognitiven Fähigkeiten. Dies umfasst z.B. die Verwendung von hohen Kontrasten, Barrierefreiheit für Screenreader und andere Anpassungen.
Aktualisierungsfähigkeit	Die App sollte leicht aktualisiert werden können, um Fehler zu beheben, neue Funktionen hinzuzufügen und auf neue Technologien zu reagieren.
Offline-Fähigkeit	Die App sollte auch dann funktionieren, wenn keine Internetverbindung verfügbar ist, indem sie Daten lokal speichert und Verarbeitung auf dem Gerät durchführt.
Datenschutz und Einhaltung von Vorschriften	Die App sollte die geltenden Datenschutzrichtlinien einhalten und die Daten der Nutzer schützen. Dies umfasst die Einhaltung von Vorschriften wie der DSGVO (Datenschutzgrundverordnung) oder ähnlichen Datenschutzbestimmungen.
Feedback-Mechanismus	Die App sollte eine Feedback-Möglichkeit bereitstellen, damit die Nutzer Probleme melden, Vorschläge machen und allgemeines Feedback geben können.

Anforderungen	Beschreibung
Datenanalyse und -verarbeitung	Die App sollte in der Lage sein, Daten von den Nutzern zu sammeln und zu verarbeiten, um Einblicke in das Nutzerverhalten und die Leistung der App zu gewinnen. Dies ermöglicht es, die App kontinuierlich zu verbessern und an die Bedürfnisse der Nutzer anzupassen.

PRACTICE INSIGHTS

Häufigste Fehler	<ol style="list-style-type: none"> 1. Einer der häufigsten Fehler ist es, dass Features intern zusammengetragen werden und diese lediglich von potentiellen App-Agenturen zu schätzen sind. Oft sind Anforderungen wie Feedback-Mechanismen, Tracking wesentlicher KPIs oder DSGVO-Richtlinien notwendig, aber unberücksichtigt. 2. Das Design der App folgt oft nicht der Corporate Identity einer Marke. Erstellte Design-Assets werden nicht zentral in der Cloud gehalten, sodass bei der zweiten App-Idee vieles redundant gemacht wird. 3. Es werden Frameworks gebaut, die nicht performant sind und nicht auf eine große Anzahl an Nutzern ausgelegt sind. 4. Barrierefreiheit wird in Zukunft ein Muss sein. Oft ist unklar, wie „leichte Sprache“ oder andere App-Einstellungen barrierefrei gestaltet werden müssen. 5. Es wird in der Entwicklung auf das Testing verzichtet, um sportliche Deadlines einzuhalten. Folge: Eine geringe Testabdeckung führt zu Instabilität und erhöhtem Wartungsaufwand. 6. Besonders wichtig sind Kommunikationswege zum Nutzer. So lassen sich schlechte Rezensionen verhindern.
Wichtigsten Erfolgsfaktoren	<ol style="list-style-type: none"> 1. Klare IT-Zielarchitektur ist bekannt. 2. Die Framework-Auswahl (mit der die App umgesetzt wird) wurde auf Basis klarer Kriterien definiert. 3. Die Entwicklung passiert nach agilen Methoden (z.B. Scrum). So können immer wieder kleine Software-Releases mit echten Nutzern validiert werden. 4. Die Entwicklung wird z.B. Testdriven durchgeführt. Sprich: Erst wird der Test einer Funktion geschrieben, dann der Logik. 5. Die User Experience basiert auf dem Corporate Design der eigenen Marke und Design Prinzipien. 6. Die Design-Assets sind in einem Cloud-basierten Designsystem hinterlegt, damit zukünftige Weiterentwicklungen bestehender oder neuer Apps optisch übereinstimmen. 7. Parallel zu dem Entwicklungsprozess sollten weiter User Interviews und User Testings stattfinden, um auch während der Entwicklung ein Verständnis zu gewinnen, welche Features für die Nutzer wichtig sind und wie diese zu bedienen sind. 8. Jede App sollte ein Kommunikationskonzept umfassen, wie auf positives, wie auch negatives Feedback zu reagieren ist. 9. Jede App sollte ein Push-Nachrichtenkonzept umfassen, wie das Nutzer-Engagement systematisch zu steigern ist. 10. Aufbau des Know-hows über den Produktentstehungsprozess, um die Entwicklung selbstbestimmt fortführen zu können – ohne Abhängigkeiten zum Partner!

BEST PRACTICES

BONUS: WERKZEUGE, UM DIE APP-ENTWICKLUNG ZU BESCHLEUNIGEN UND DIE USER EXPERIENCE VON ANFANG AN AUF HOHEM NIVEAU ZU HALTEN.

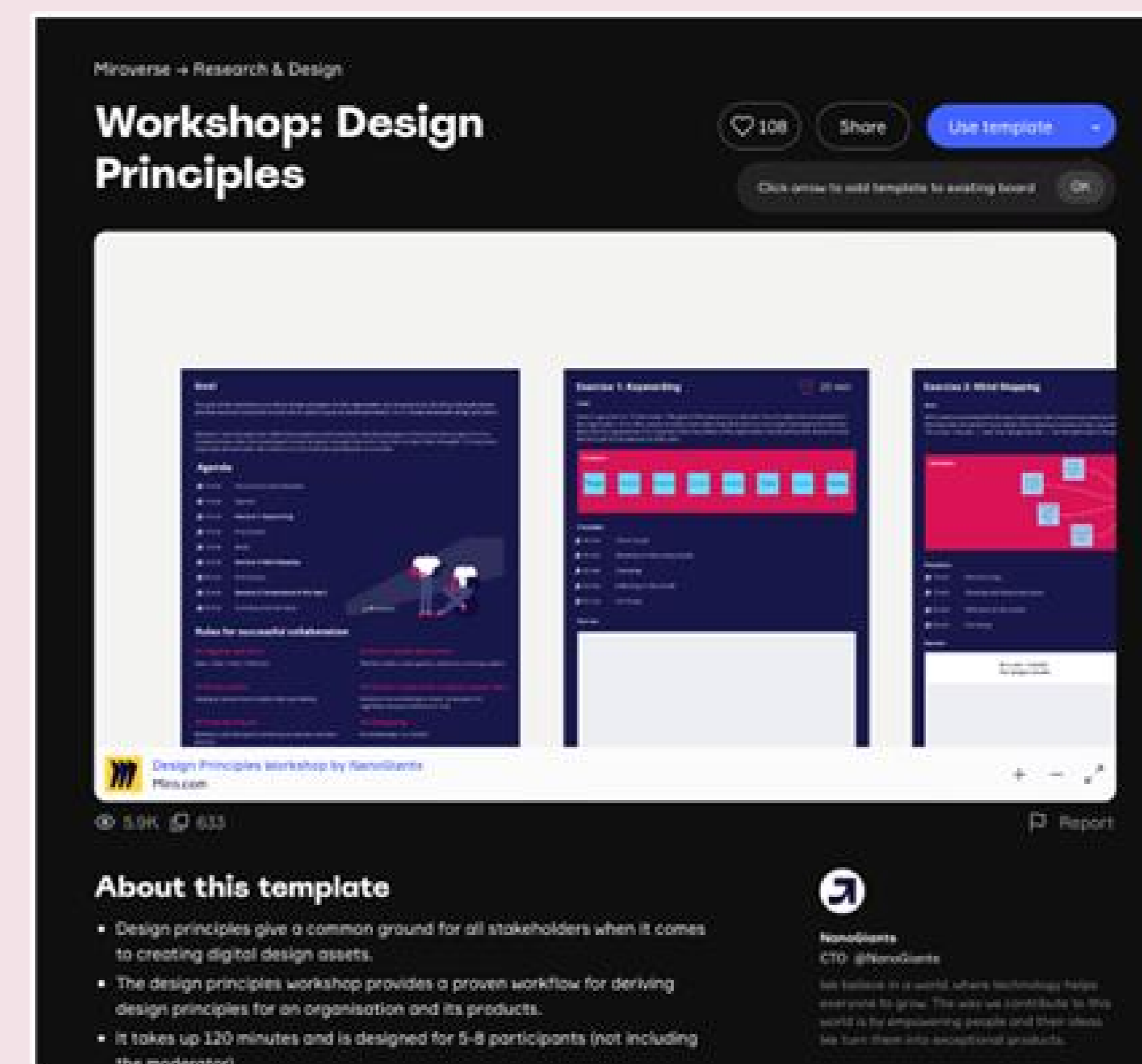


Das Open Source basierte Design-System in Figma ermöglicht es UX Designern, systematisch ein Design aufzubauen.

Die Vorteile sind:

- Die Entwickler können schneller an die Design-Assets gelangen
- Das Look and Feel der App fühlt sich für Nutzer stimmig und durchgängig gut an.
- Zukünftige Apps können schneller und mit weniger Design-Kompetenz entwickelt werden.

[Jetzt zum Download gehen](#)



Design-Prinzipien geben jedem digitalen Produkt eine hohe Wertigkeit, angelehnt an die eigene Corporate Identity.

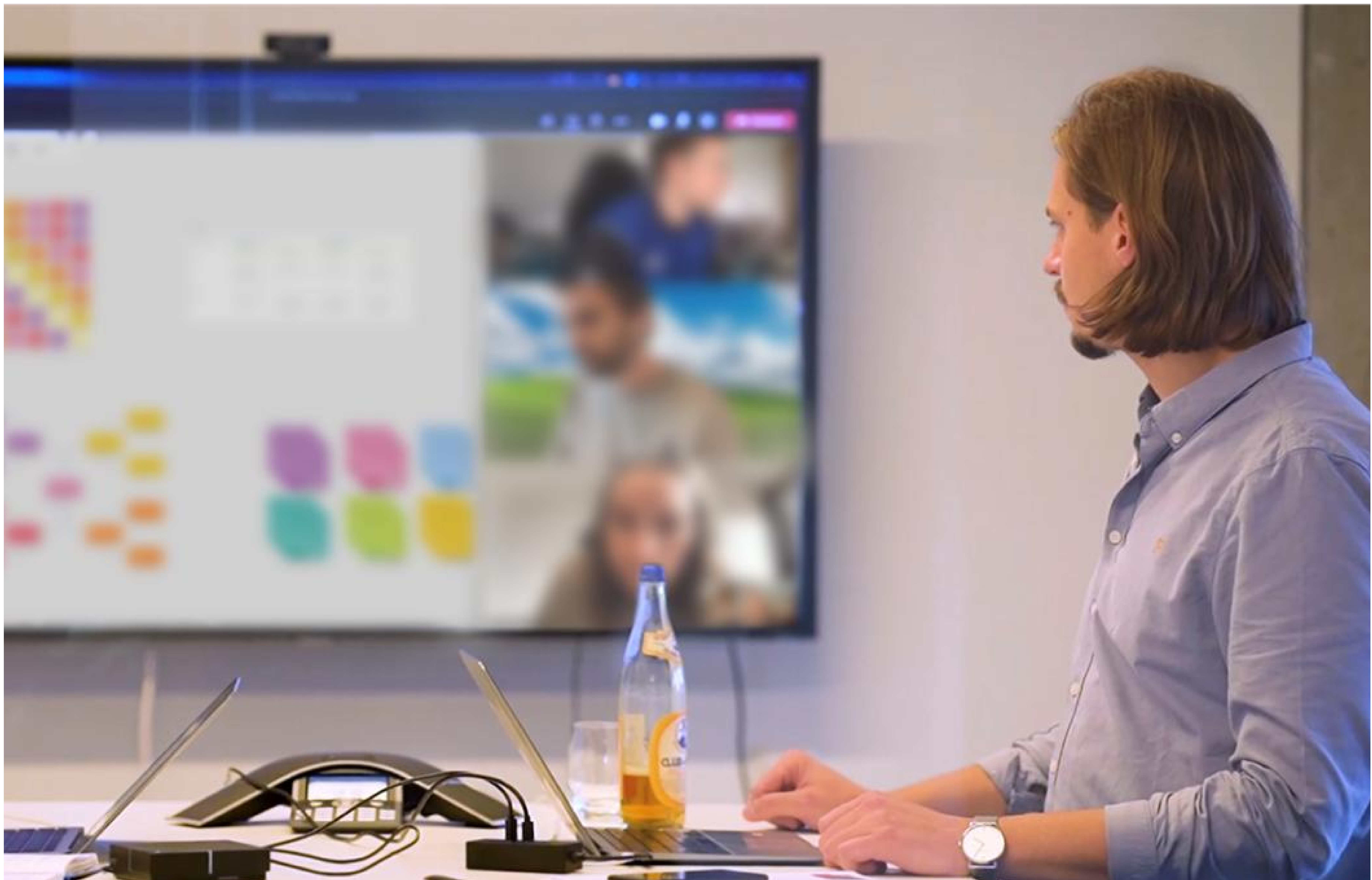
Die Vorteile sind:

- Mit dem Workshop lassen sich Design-Prinzipien schnell und effektiv erarbeiten.
- Mit den Design-Prinzipien erhalten alle digitale Produkte eine einheitliche, hochwertige User Experience

[Jetzt zum Download gehen](#)

3. APP-SKALIERUNG

APP DURCH DEN KRITISCHEN WACHSTUMSPFAD STEUERN UND UMSATZ MAXIMIEREN



HERE WE GROW AGAIN 1/2

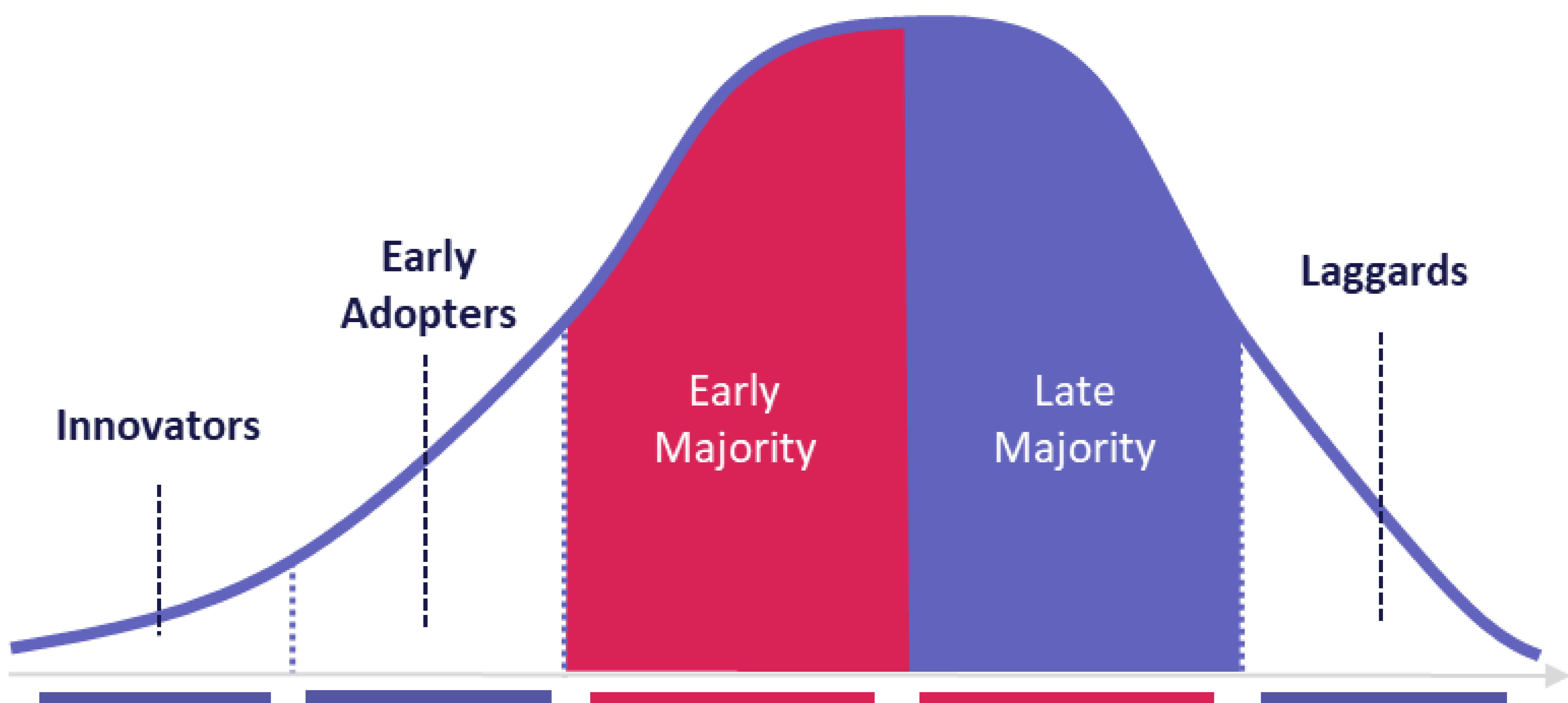
NACH DEM MARKTEINTRITT BEGINNT DAS SPIEL: ERST JETZT STELLT SICH HERAUS, OB DAS APP-PRODUKT DAS ZEUG ZUM CHAMPION HAT. DAS RICHTIGE VORGEHEN IST ENTSCHEIDEND.

Oft gehen App-Projekte nach dem Rollout in den Wartungsmodus über. Die Unternehmen planen weitere Entwicklung nicht ein, da oftmals das Budget knapp ist oder für das Projekt in der Form nicht eingeplant wurde.

Das Vorgehen ist gängige Praxis und hochriskant, denn:

- Nach dem Rollout trifft die App auf eine viel unterschiedlichen Nutzern. Es ist unklar, ob die Erwartungen tausender Nutzer erfüllt werden.
- Es entstehen Nutzer Insights, die nicht systematisch ausgewertet werden.
- Es ist unklar, ob alle Features wirklich genutzt werden.
- Feedbacks werden nicht systematisch bearbeitet, die Folge: Schlechte Rezensionen.

Mit zunehmender Nutzeranzahl kann die Unzufriedenheit steigen und die Nutzungsquote sinken. Es ist elementar, gerade in diesem kritischen Wachstumspfad, den WOW-Effekt hoch zu halten, auf Kundenbedürfnisse schnell zu reagieren und mit der Akzeptanz der Nutzer die Produktreife weiter zu steigern.



Die Diffusionstheorie sagt aus, dass die Nutzer sich auf verschiedene Segmente verteilen. Innovators und Early Adopter sind schnell zu begeistern und oft Teil der erste Testnutzer. Doch die größte Herausforderung besteht bei den Early Majority und Late Majority, die die größte Menge ausmachen und wenig Bereitschaft haben, Ihre Komfortzone zu verlassen oder das neue App-Produkt zu nutzen. Der größte Fehler ist es, genau diese Zielgruppe zu vernachlässigen oder davon auszugehen, dass sie von alleine die App nutzen.

HERE WE GROW AGAIN 2/2

NACH DEM MARKTEINTRITT BEGINNT DAS SPIEL: ERST JETZT STELLT SICH HERAUS, OB DAS APP-PRODUKT DAS ZEUG ZUM CHAMPION HAT. DAS RICHTIGE VORGEHEN IST ENTSCHEIDEND.

Die App-Entwicklung braucht einen klaren und bewährten Produktentstehungsprozess, mit dem das Risiko in jeder Phase reduziert wird und schnelle, messbare Erfolge das Vertrauen der Stakeholder ausbauen.

Nachfolgend die wichtigsten Bereiche, die nach dem Rollout zu berücksichtigen sind:

KUNDENBEDÜRFNISSE VERSTEHEN, NUTZERZUFRIEDENHEIT STABIL HALTEN

Vor allem nach dem Rollout trifft das App-Angebot auf eine große Anzahl an Nutzern. Während in der Entwicklung bereits viele Early Adopter von dem Produkt begeistert waren, so muss das App-Produkt nun die skeptischen Early Majoritys und Late Majoritys erreichen und begeistern. Das kann nur gelingen, wenn das Nutzerverhalten analysiert wird und weiter mit dem Nutzerfeedback systematisch bearbeitet wird. Nur so bleibt die Nutzerzufriedenheit stabil.

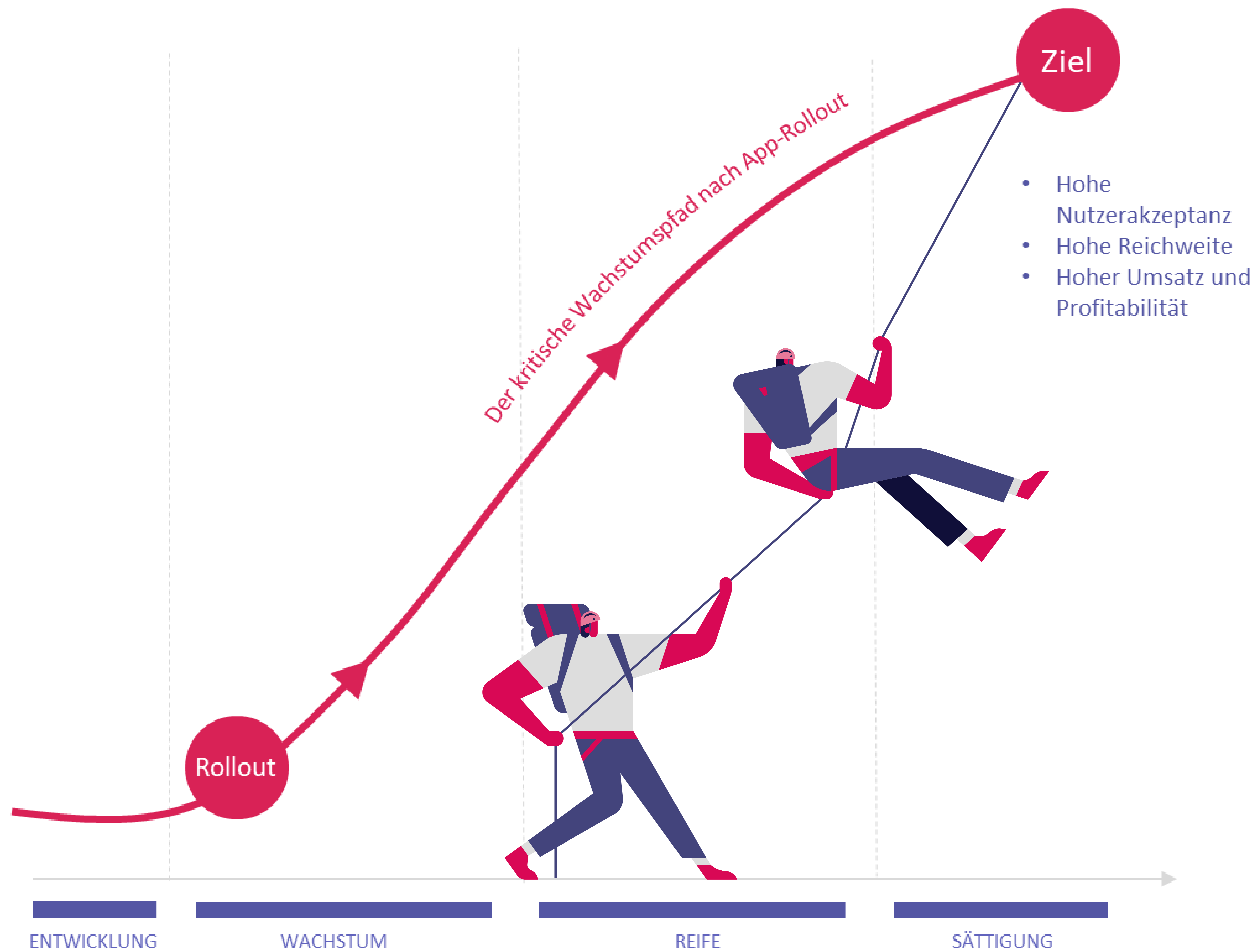
MIT KONTINUIERLICHEN FOLGE-RELEASES DIE NUTZERZUFRIEDENHEIT SYSTEMATISCH STEIGERN

Entlang einer klaren Roadmap sollten regelmäßig Folge-Releases herausgebracht werden. Die Nutzer-Insights unterstützen dabei die Priorisierung des Product Backlogs. Trotz hoher interner Abhängigkeiten bei Features, können durch Nutzer-Insights kleine Anpassungen „low hanging fruits“ regelmäßig herausgebracht werden und steigern dazu bei, dass die Nutzerzufriedenheit wächst.

MIT WACHSTUMSROUTINEN UND ERFOLGSMESSUNGEN DAS APP-PRODUKT „ON TRACK“ HALTEN


Um die Profitabilität der App zu skalieren, sowie die Wettbewerbsfähigkeit auszubauen, sind Experimente mit konkreten Annahmen (Hypothesen) wichtig.

Abteilungsübergreifend sollten Experimente geplant werden, wie das App-Produkt erfolgreicher werden kann. Gleichzeitig wird eine datengetriebene Arbeitsweise erlernt, die es Abteilungen erlaubt, zielorientierter zu arbeiten und mehr sichtbare Erfolge zu feiern,



BEST PRACTICES

Mehr als 80 % aller App-Produkte scheitern nach dem Rollout! Im Nachfolgenden werden drei Workshops beschrieben, die helfen, nach dem App-Rollout dranzubleiben, eine hohe Nutzerakzeptanz aufzubauen und messbare Business-Erfolge im Sprint-Tempo zu erzielen:

Werkzeug	Beschreibung	MIRO Board
Workshop: How to Build Product Metrics Cockpit	Produktmetriken sind bei der Entwicklung eines Produkts unerlässlich. Du brauchst sie, um die Gesundheit deines Produkts ständig im Blick zu behalten. Unsere Workshop-Vorlage hilft dir dabei, einen Werttreiberbaum aufzubauen und ein Produktcockpit zu vervollständigen, um die Messbarkeit zu gewährleisten.	 <p>Workshop: How to Build Product Metrics Cockpit</p> <p>NanoGiants</p> <p>https://miro.com/miroverse/workshop-how-to-build-product-metrics-cockpit/</p>

PRACTICE INSIGHTS

<p>Häufigste Fehler</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nach dem Rollout wird das App-Produkt an ein IT-Wartungsteam übergeben. Es fehlt das vollständige Know-How über das kundenzentrierte Product Management. Die App kann nur noch am „Leben“ erhalten werden. Damit ist das App-Produkt schon von Beginn an zum Scheitern verurteilt. 2. Wenn Releases bereitgestellt werden, dann zu häufig mit technischen Verbesserungen, die keinen Mehrwert für Nutzer haben. 3. Nach dem Rollout wird das IT-Projekt als abgeschlossen betrachtet. Die Stakeholder konzentrieren sich auf die nächsten IT-Projekte und verlieren den Fokus auf die Erreichung von Produktzielen. 4. Nach dem Rollout existieren oft keine Erfolgsmetriken, mit denen der Erfolg des App-Produktes gemessen wird. 5. Es gibt oft keine regelmäßigen Stakeholder-Termine, in denen das App-Produkt kontinuierlich und strategisch weiter ausgerichtet wird. 6. Oft werden Apps um unnötige Features erweitert, die keinen Mehrwert schaffen bzw. von den Nutzern nicht verwendet werden.
<p>Wichtigste Erfolgsfaktoren</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nach dem Rollout beginnt der kritische Wachstumspfad. Um den Pfad erfolgreich zu meistern, ist die Auswertung von Nutzerbedürfnissen elementar. So bleibt die Nutzerzufriedenheit stabil 2. Es sollten kontinuierlich neue Release aufgeplant und durchgeführt werden. So wird der Mehrwert gesteigert und damit die Nutzerzufriedenheit erhöht. 3. Es sollte vermieden werden, Produktentwicklungsteams zu wechseln, wenn die Teams jeweils unterschiedliche Know-How-Level haben. 4. Der Erfolg der App sollte quartalsweise sichtbar gemacht werden und in einer Routine mit den Stakeholdern weiter strategisch ausgerichtet werden. 5. Das Unternehmen sollte abteilungsübergreifend Prozesse etablieren, die ein gemeinsames Lernen ermöglichen. So können die ermittelten Nutzer-Insights zu verschiedenen Erfolgen führen, die über das App-Produkt hinausreichen.



PRODUCT EATS PROJECT BY BREAKFAST

ALL DIE TECHNISCHEN SCHRITTE SIND NICHTS WERT, WENN DIE APP DIE KUNDENBEDÜRFNISSE NICHT ERFÜLLT UND DIE BUSINESS-STRATEGIE NICHT UNTERSTÜTZT. DER BLICK AUF EIN ERFOLGREICHES PRODUKT, ANSTATT IT-PROJEKT, HAT BEREITS VIELEN UNTERNEHMEN GEHOLFEN, PRODUKTERFOLGE ZU FEIERN UND ECHE LEUCHTTÜRME IN DER EIGENEN ORGANISATION ZU SCHAFFEN.

Die Vorteile, eine App als Produkt zu sehen und diszipliniert über ihren Produktlebenszyklus zu verbessern:

- Es wird kontinuierlich Umsatz generiert und gesteigert.
- Die App-Entwicklung lohnt sich (Kosten/Nutzen-Verhältnis ist gegeben).
- Der Blick auf die Kundenbedürfnisse hilft bei Entscheidungen über Anforderungen der Roadmap.
- Die Nutzerakzeptanz wird vom Tag 1 an sichergestellt und systematisch ausgebaut.

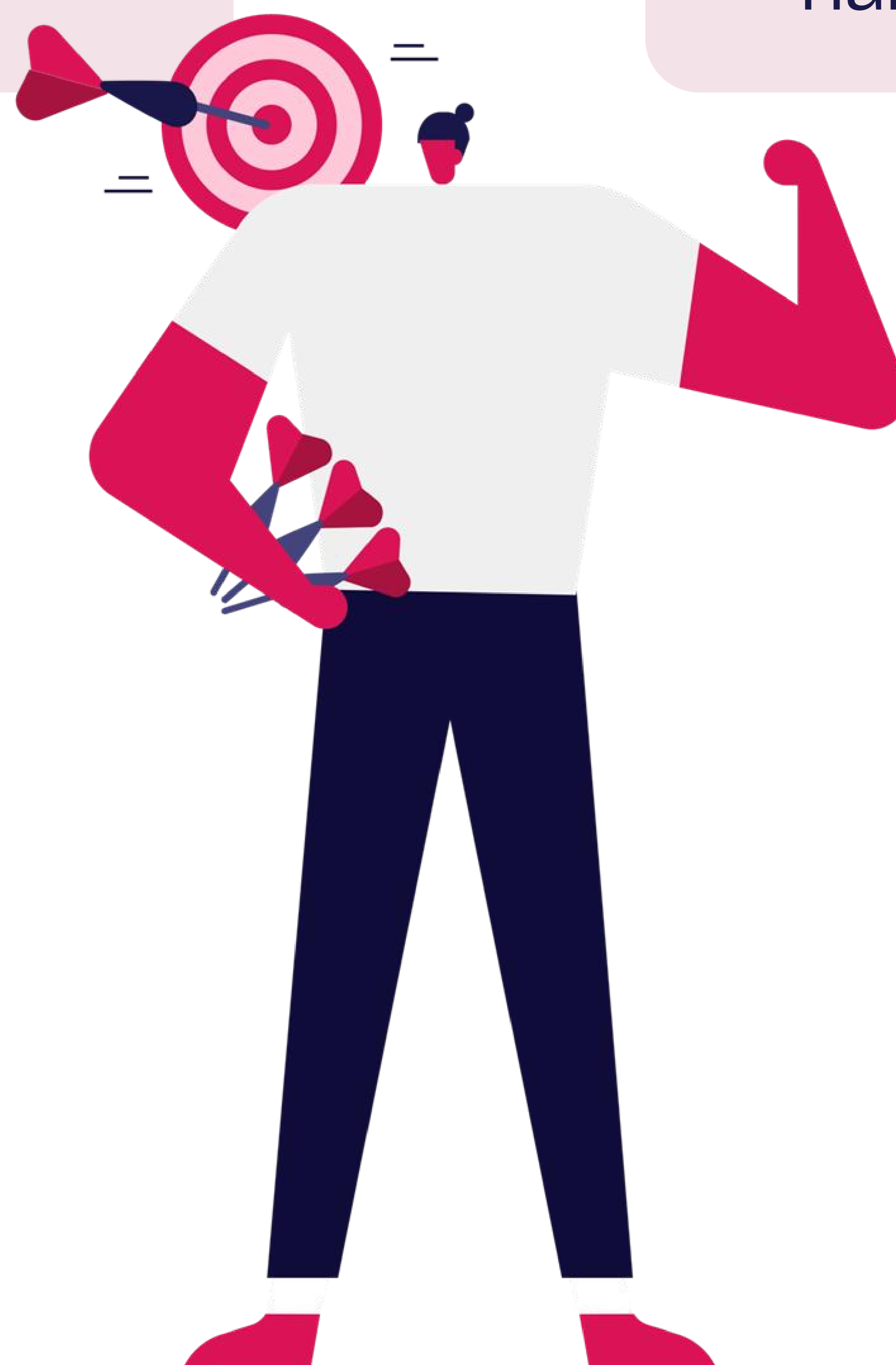
KOMPLEXE IT-PROJKETE

- Hohe Budget-Wetten
- Unvorhersehbare Ergebnisse
- Unklare Kundenbedürfnisse

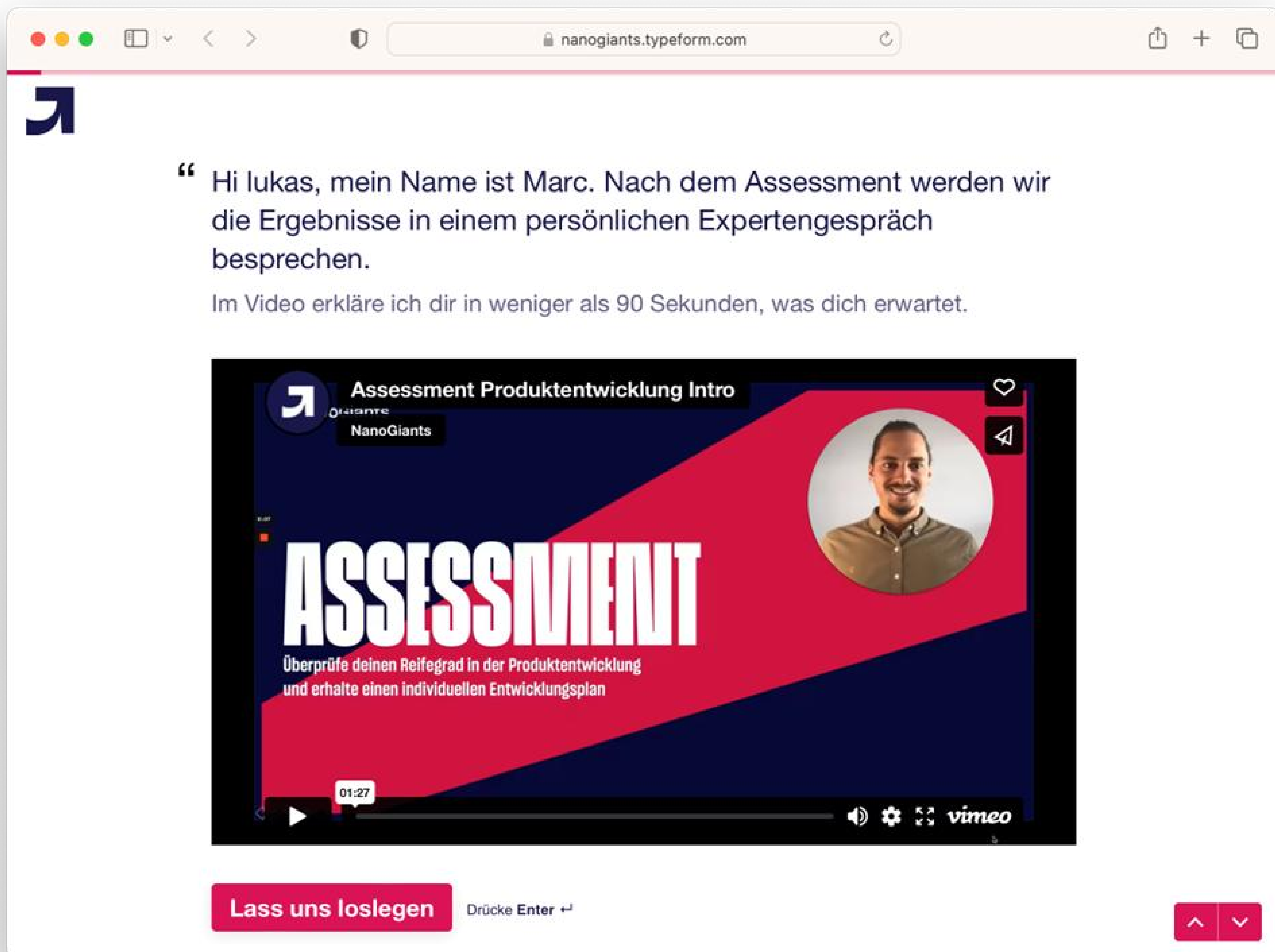
VS.

APP-PRODUKTE

- Direkter Umsatzwachstum
- Erfolgsoptimierte Ergebnisse
- Kundenbedürfnisse und Produktziele laufen Hand-in-Hand



BEST PRACTICE. NOT BEST THEORY.



Kostenloses App-Assessment

DU HAST EINE APP-IDEE ODER MÖCHTEST DIE ERGEBNISSE DER BESTEHENDEN APP SIGNIFIKANT VERBESSERN?

[Starte jetzt das Online-Assessment](#)

CHOOSE TO GROW



CEO & Founder
NanoGiants GmbH

ES GIBT EINEN WEG, WIE MAN DIESE SCHRITTE MIT DEUTLICH WENIGER SCHMERZ UND SACKGASSEN GEHEN KANN.

Seit 2010 helfen wir Unternehmen, mit kundenzentrierter Software wahre Leuchttürme zu bauen und App-Erfolge zu erzielen. Dafür gibt es einen systematischen Prozess zur Unterstützung, in dem ihr gleichzeitig lernt, wie das geht. Buche einen Termin und wir zeigen dir, wie der Weg zur eigenen, erfolgreichen App funktioniert und ob er für euch Sinn macht.

[Vereinbare jetzt ein Beratungsgespräch](#)



Erfahrungen und Learnings aus über 100 Projekten in 13 Jahren:





CHOOSE TO GROW

 **NanoGiants**

NanoGiants GmbH
Erkrather Straße 230
40233 Düsseldorf

hello@nanogiants.de
www.nanogiants.de