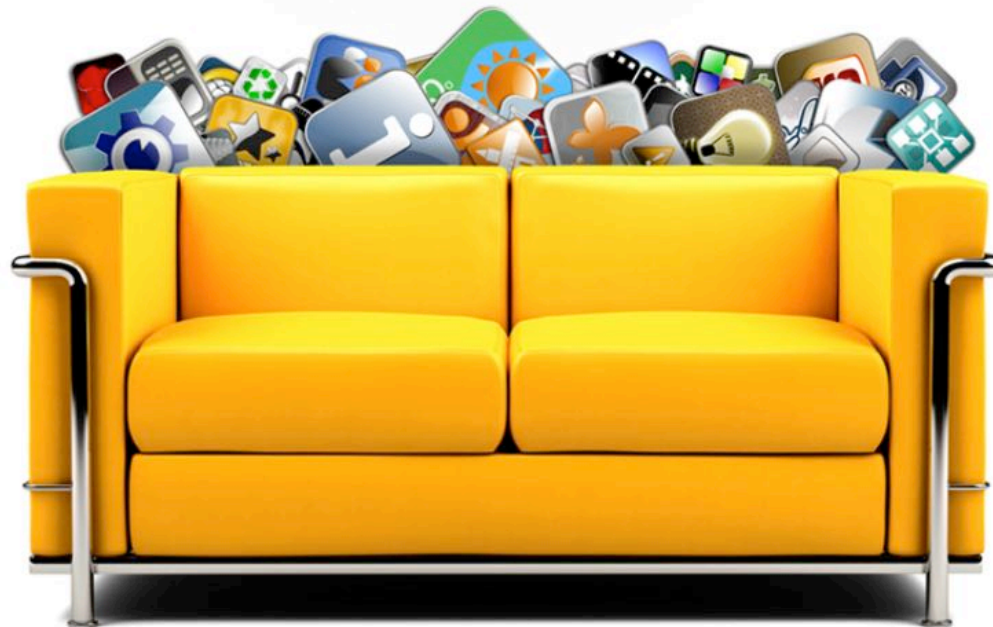






Ihr Competence-Center für Apps



Mobile Media Forum Wiesbaden
Dr. Ralf Lauterbach | 27. September 2012



Düsseldorf, September 2012



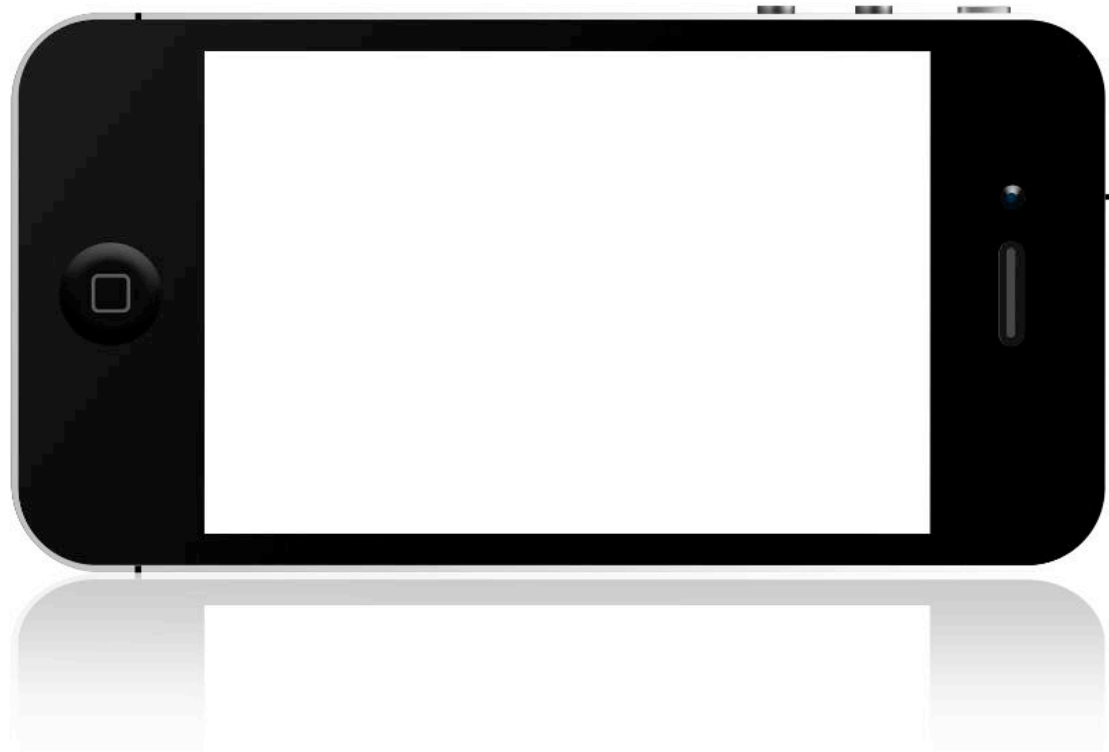
Appselektion

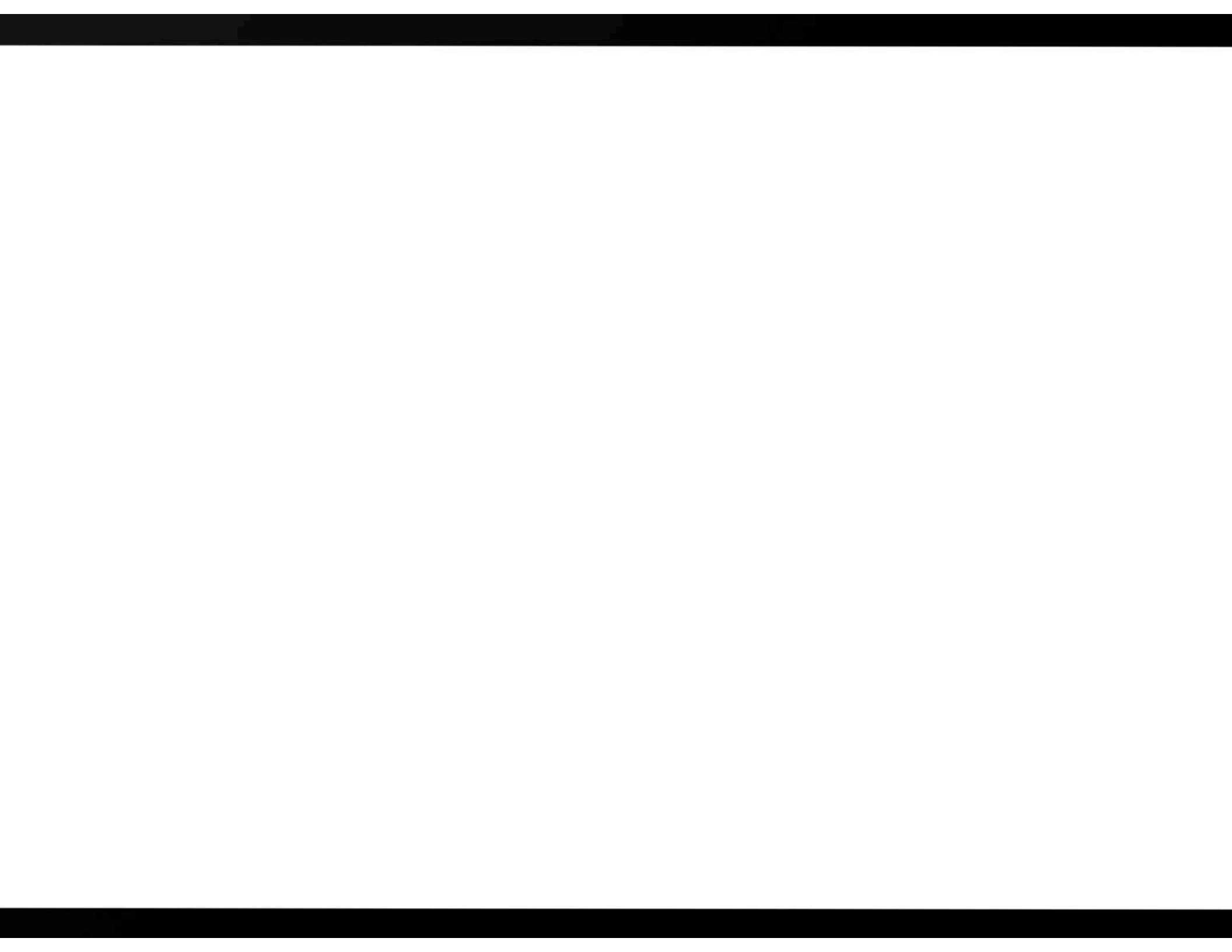
Erfolgsfaktoren kundenorientierter
Entwicklung...

Was sehen und hören Sie gleich?

- Die Szenerie, eine kurze Einführung
- Apps von 2008 bis heute
- Wie entstehen Apps?
 - Vorgehensweise
 - Referenzen
 - ... und Beispiele
- Takeaways

Ein visueller Einstieg...





Nutzung des mobilen Internets in % (in Deutschland)



Statista, 2012

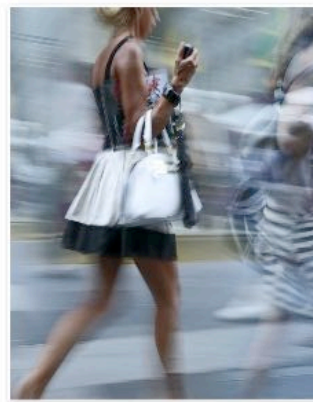
Nutzungsverhalten von Smartphone-Besitzern

64% der Menschen nutzen ihr Smartphone täglich, davon



62%

auf dem Weg zur Arbeit



36%

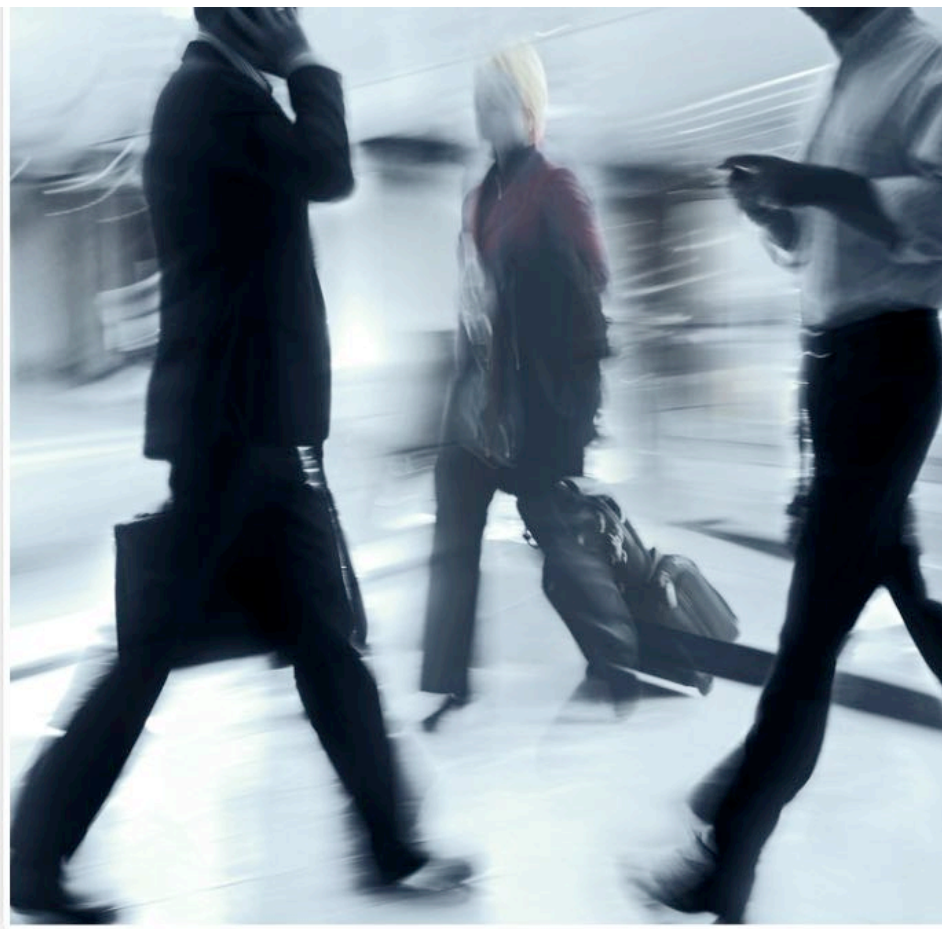
rund ums Thema Einkaufen
& Ausgehen



43%

parallel zum Fernsehen

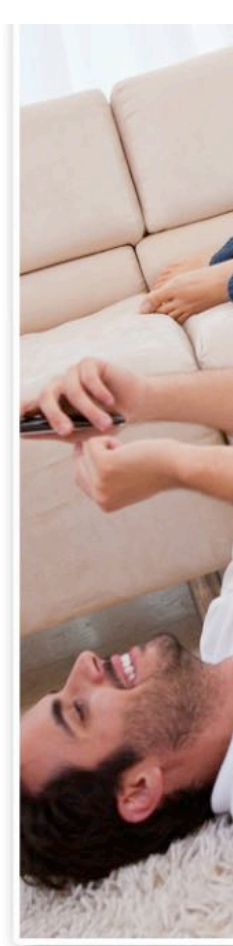
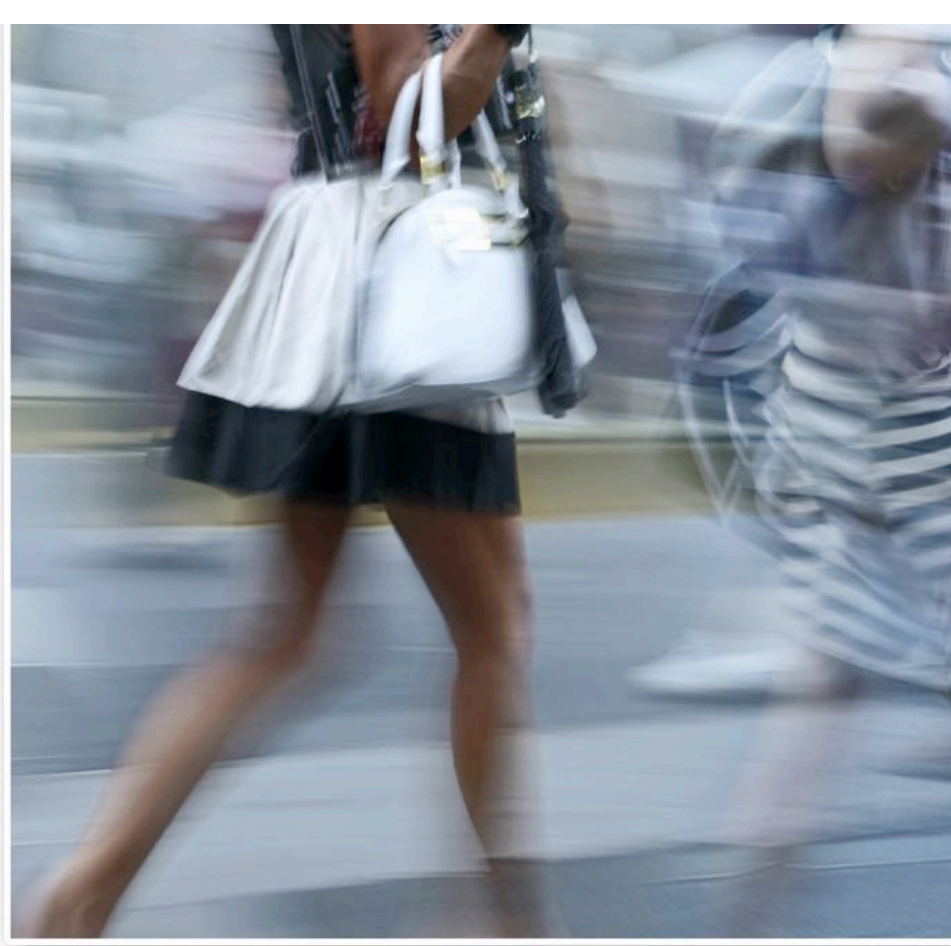
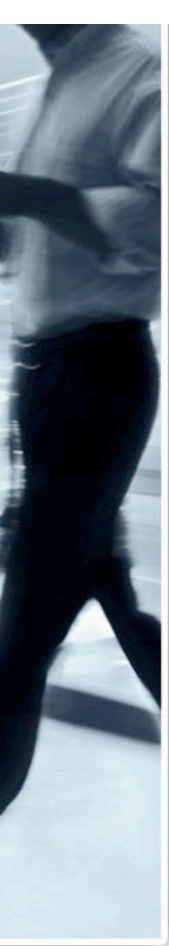
Mobilbranche, 2012



62%

auf dem Weg zur Arbeit

rund

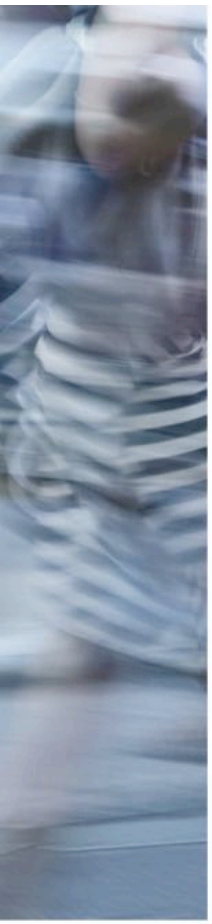


36%

rund ums Thema Einkaufen
& Ausgehen

arbeit

parall

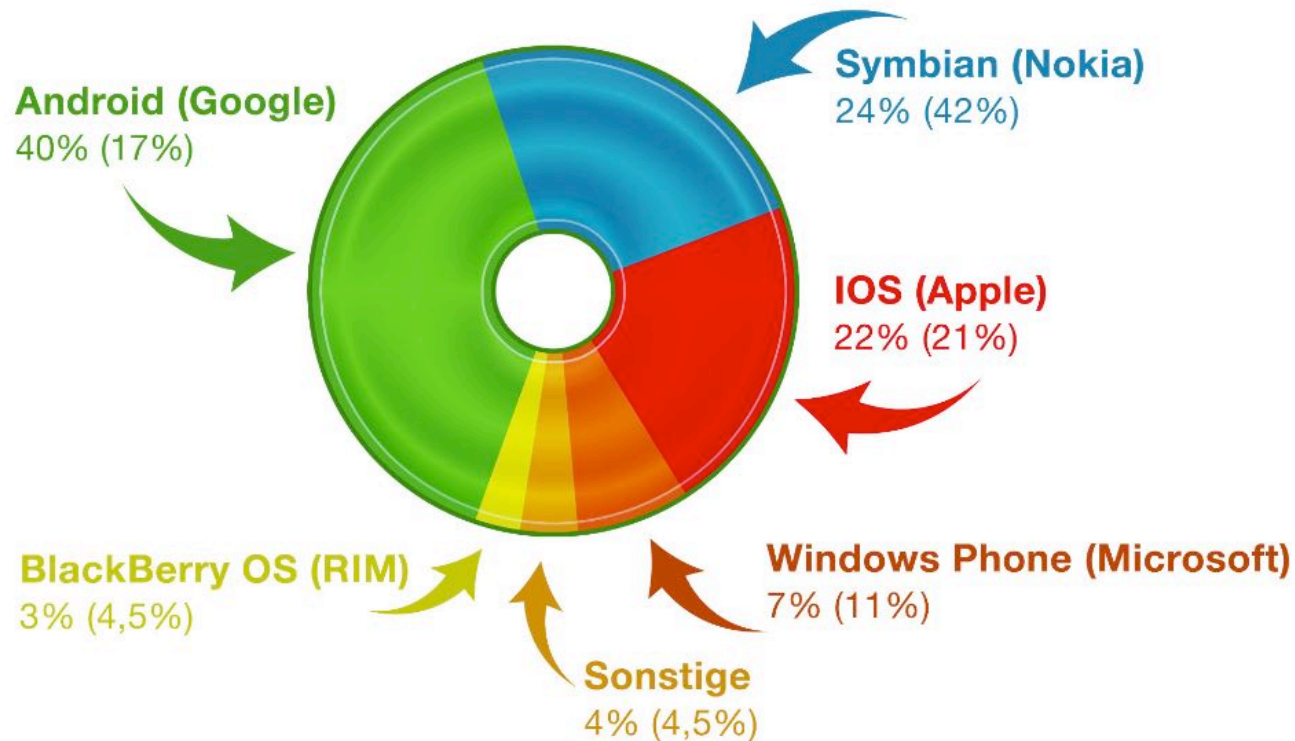


nkaufen

43%

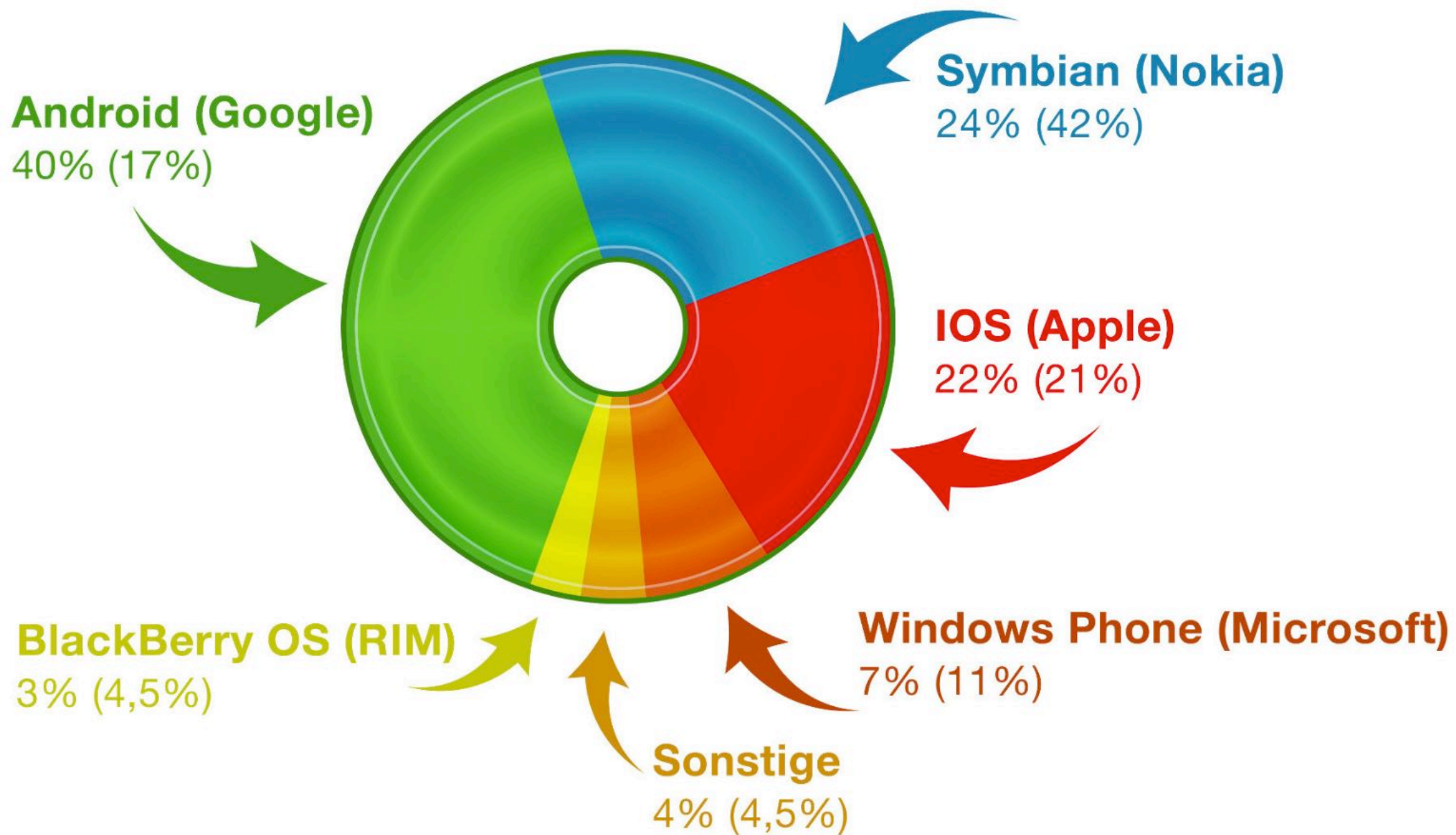
parallel zum Fernsehen

Der Smartphone Markt heute



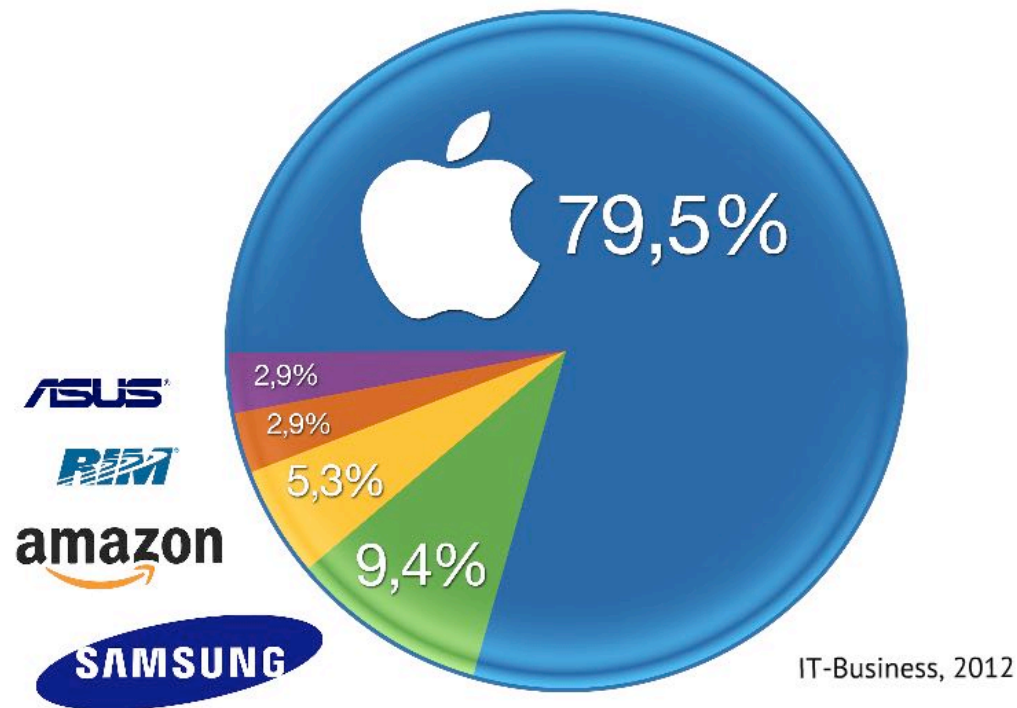
Betriebssysteme aktivierter Smartphones in Deutschland, Anteile in % (in Klammern 2011)

comScore, 2012

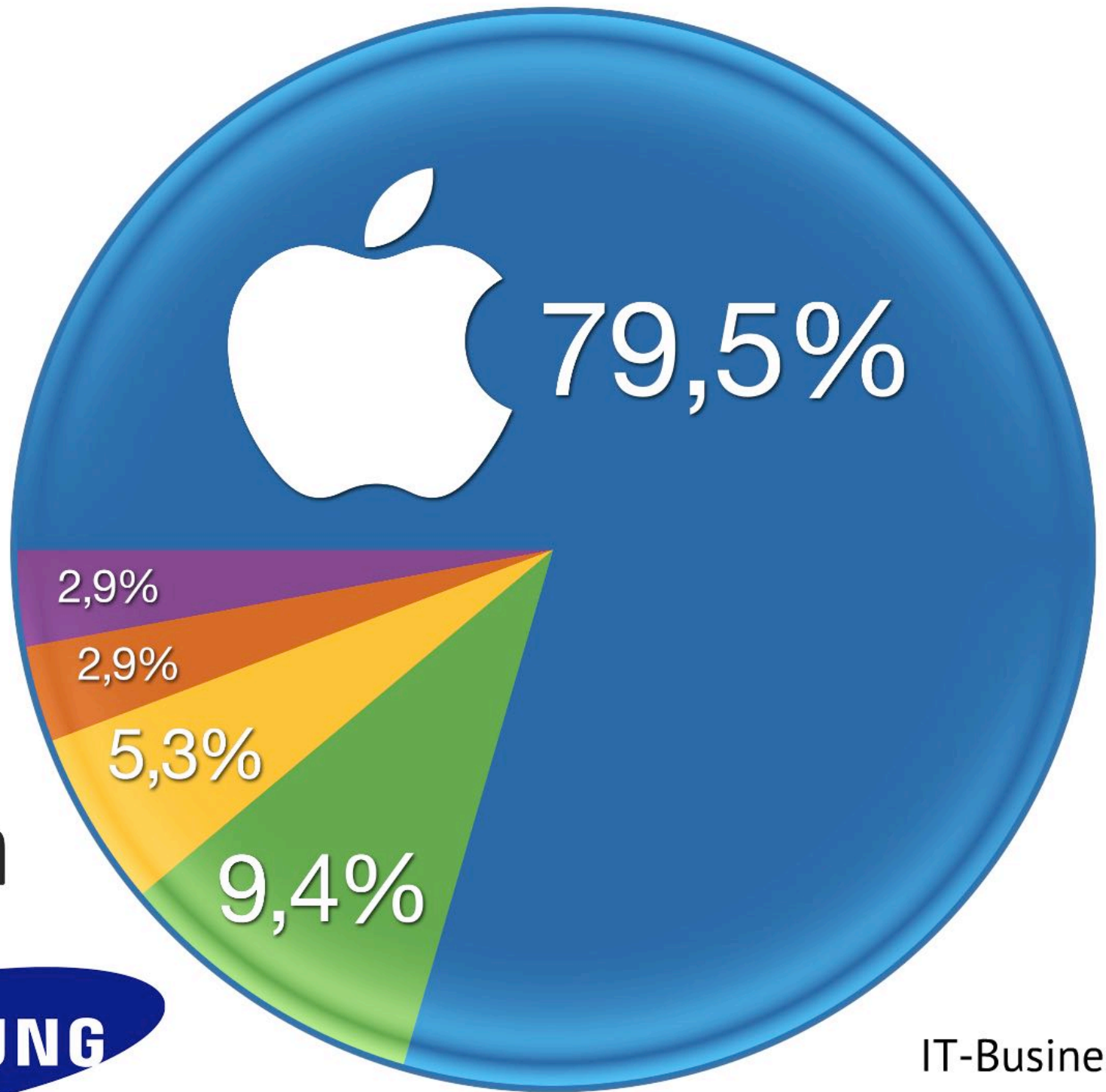


Betriebssysteme aktivierter Smartphones in Deutschland, Anteile in % (in Klammern 2011)

Der Tablet Markt heute (weltweit)



- Die Anzahl der Tablet-App Nutzer ist 2011 um 58 Millionen gestiegen
-> Tablet Nutzer machen 8,6% von allen App-Nutzern aus
- Die Anzahl der Tablet Nutzer wird 2013 um ca. 150% wachsen



ASUS[®]

PIV[®]

amazon

SAMSUNG

Apps & Mobile Strategien

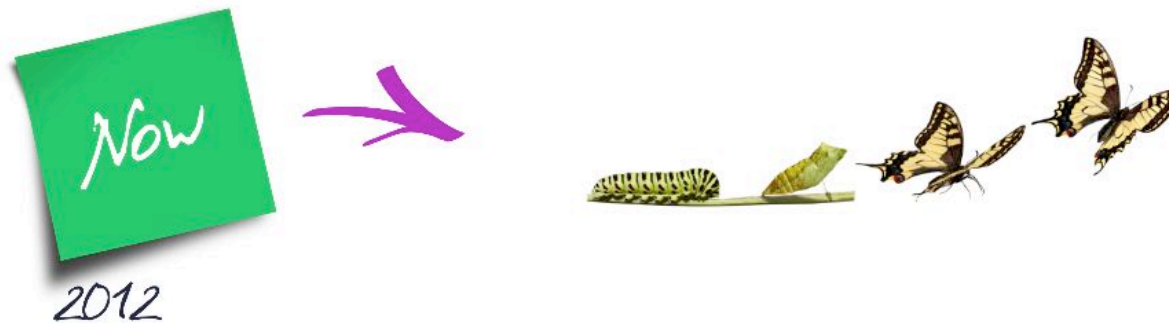


2010



- 6 Mrd. weltweite App Downloads
- 300 Mio. verkaufte Smartphones weltweit

Apps & Mobile Strategien



- fast 40 Mrd. App Downloads weltweit
- 472 Mio. verkaufte Smartphones weltweit
- mehr als 80% der Smartphone Besitzer nutzen Apps
- 19% der Deutschen nutzen täglich mehrere Apps
- Jedes 4. deutsche Unternehmen besitzt bereits eine App oder mobile Website

Die AppStores im Überblick (weltweit)



Stand 06/2012

- 88% der Apps sind kostenlos
- 12% sind kostenpflichtig (im Durchschnitt kostet eine kostenpflichtige App in Deutschland €3,25)

comScore, 2012

Anzahl der App-Downloads:

30 Mrd.

Anzahl der verfügbaren Apps:

650.000

Anzahl der App-Downloads:

15 Mrd.

Anzahl der verfügbaren Apps:

500.000

Anzahl der App-Downloads:

02 Mrd.

Anzahl der verfügbaren Apps:

70.000

Stand

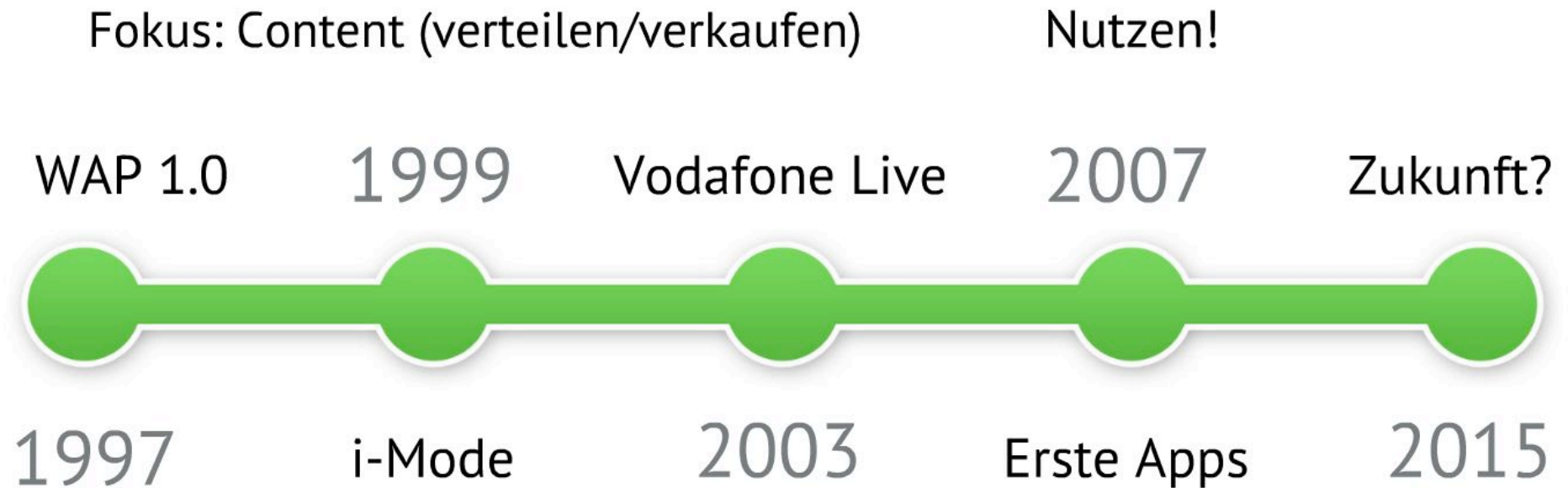
- **88%** der Apps sind kostenlos
- **12%** sind kostenpflichtig (im Durchschnitt kostet eine kostenpflichtige App in Deutschland €3,25)

comScore, 2012

Eine Zeitreise...



Eine Zeitreise...



"Apps sind keine zu klein geratenen Webseiten, sondern ein eigenständiges Format, das seinen Nutzern einen relevanten Mehrwert bietet!"



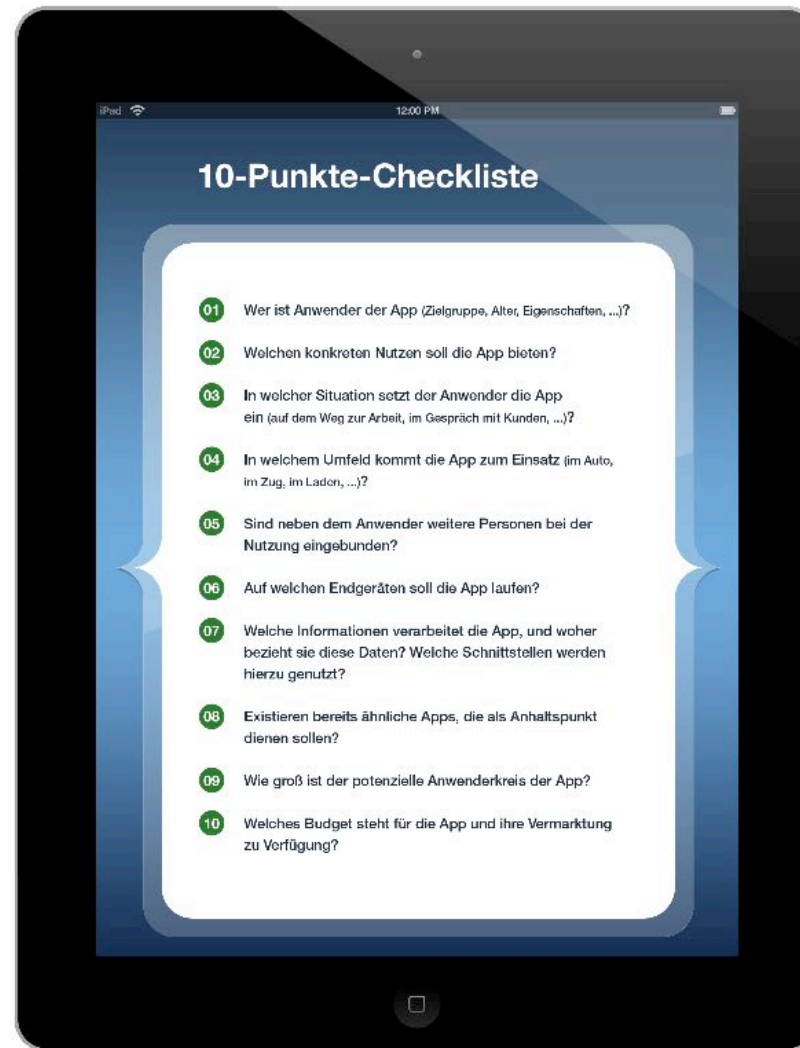
"Apps erfüllen ein Bedürfnis und bieten einen Nutzen in einer mobilen Situation!"



"Apps erfüllen ein Bedürfnis und bieten einen Nutzen in einer mobilen Situation!"

**"Wir sind die, die wissen wie "Mobile"
geht. Wir sind keine Kreativagentur
und auch kein Softwarehaus, das nur
Code erstellt."**

So geht es im 1. Schritt los...



- 01 Wer ist Anwender der App (Zielgruppe, Alter, Eigenschaften, ...)?
- 02 Welchen konkreten Nutzen soll die App bieten?
- 03 In welcher Situation setzt der Anwender die App ein (auf dem Weg zur Arbeit, im Gespräch mit Kunden, ...)?
- 04 In welchem Umfeld kommt die App zum Einsatz (im Auto, im Zug, im Laden, ...)?
- 05 Sind neben dem Anwender weitere Personen bei der Nutzung eingebunden?
- 06 Auf welchen Endgeräten soll die App laufen?
- 07 Welche Informationen verarbeitet die App, und woher bezieht sie diese Daten? Welche Schnittstellen werden hierzu genutzt?
- 08 Existieren bereits ähnliche Apps, die als Anhaltspunkt dienen sollen?
- 09 Wie groß ist der potenzielle Anwenderkreis der App?
- 10 Welches Budget steht für die App und ihre Vermarktung zu Verfügung?

Arbeitsschritte bis zur fertigen App...

Customer Journey

Graphics

Coding

**Stores, Lifecycle,
Marketing**



YOUR COMPANY'S APP...

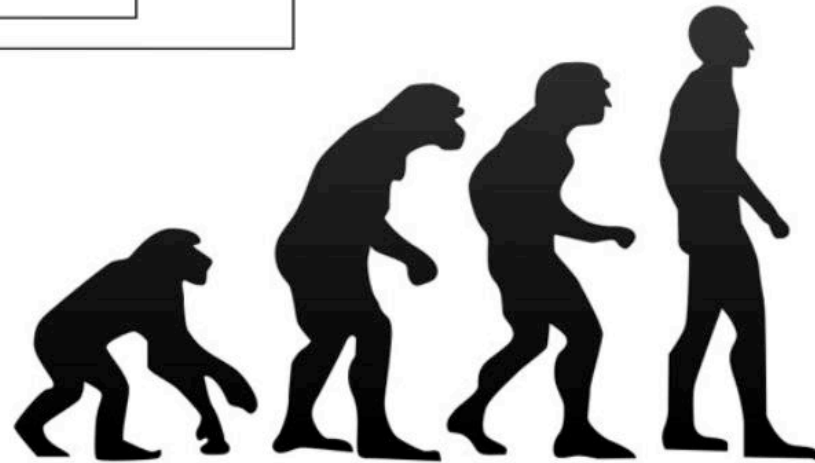
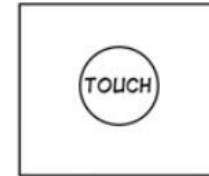
FIRST NAME: <input type="text"/>	TYPE CD: <input type="text"/>	4 - K
LAST NAME: <input type="text"/>	TQP STAT: <input type="checkbox"/>	AA2-
SSN: <input type="text"/>	VER: <input type="text"/>	DK9B
ID: <input type="text"/>	FT/PT: <input type="checkbox"/>	KKAP
PHONE 1: <input type="text"/>	CAT CD: <input type="text"/>	CN3
PHONE 2: <input type="text"/>	CITY: <input type="text"/>	AA-9
ADDR 1: <input type="text"/>	STATE: <input type="text"/>	NEW
ACCT #: <input type="text"/>	ZIP: <input type="text"/>	DEL
	ORD #: <input type="text"/>	

OKAY APPLY SAVE UNDO HELP DELETE EDIT
SELECT BROWSE ERRORS

STUFFTHATHAPPENS.COM BY ERIC BURKE

A GOOGLE PRODUCT...

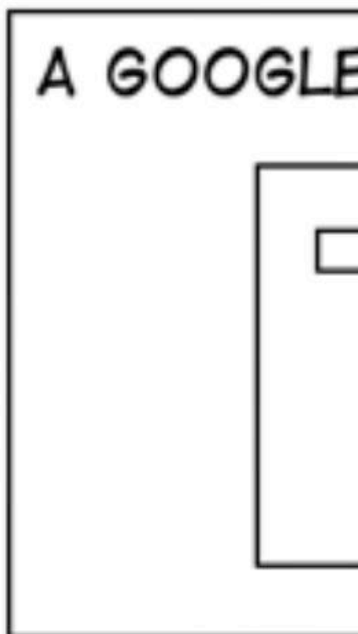
TYPICAL APPLE PRODUCT...



YOUR COMPANY'S APP...

FIRST NAME:	<input type="text"/>	TYPE CD:	<input type="text"/>
LAST NAME:	<input type="text"/>	TQP STAT:	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
SSN:	<input type="text"/>	VER:	<input type="text"/>
ID:	<input type="text"/>	FT/PT:	<input checked="" type="checkbox"/>
PHONE 1:	<input type="text"/>	CAT CD:	<input type="text"/>
PHONE 2:	<input type="text"/>	CITY:	<input type="text"/>
ADDR 1:	<input type="text"/>	STATE:	<input type="text"/>
ACCT #:	<input type="text"/>	ZIP:	<input type="text"/>
		ORD #:	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ? <input type="checkbox"/>

4 - K
 AA2-
 DK9B
 KKA?
 CN3
 AA-9



STUFFTHATHAPPENS.COM BY ERIC BURKE

S APP...

TYPE CD:

STAT:

CD:

Y:

ATE:

#: ● ○ ○ ? ●

4 - K
AA2-
DK9B
KKA?
CN3
AA-9

NEW

DEL

HELP DELETED EDIT

ERRORS

A GOOGLE PRODUCT...

TYPICAL A

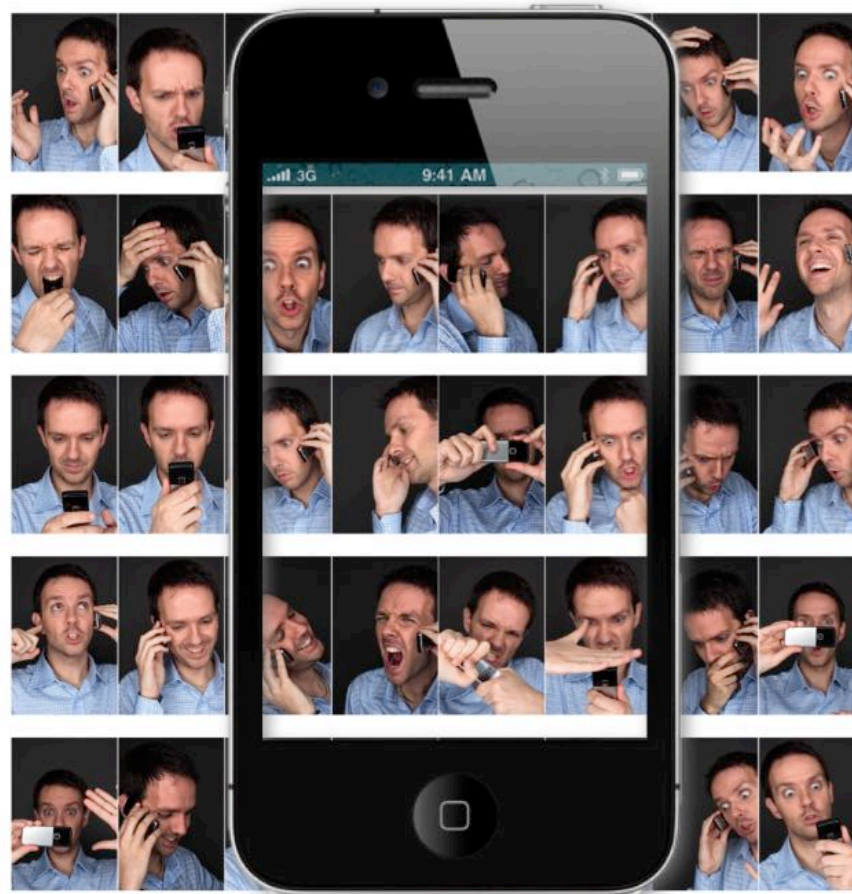


TYPICAL APPLE PRODUCT...

TOUCH



Das Geheimnis des Erfolgs...



... ist das Erkennen der Kundenbedürfnisse!



To Do's

- Workshop
- Customer Journey
- Use Cases
- Mock Ups

Der Erfolg einer App beginnt bei einer kundenorientierten Customer Journey!



Service Canvas

Which touchpoints are most important, important and which are critical?

SERVICE SITUATION



INDIVIDUAL EXPERIENCES DURING SERVICE PERIOD

SERVICE:

POST-SERVICE SITUATION

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT ACTIVITY AFTER JOURNEY

SOCIAL MEDIA/WORD OF MOUTH COMMUNICATION OF CUSTOMER

BILLING PROCESS AND OTHER POST-SERVICE EXPERIENCES

NEW CONTEXT

SATISFACTION/DISATISFACTION

To Do's

- Workshop
- Customer Journey
- Use Cases
- Mock Ups

Der Er kunde

The Customer Journey Canvas

PRE-SERVICE SITUATION

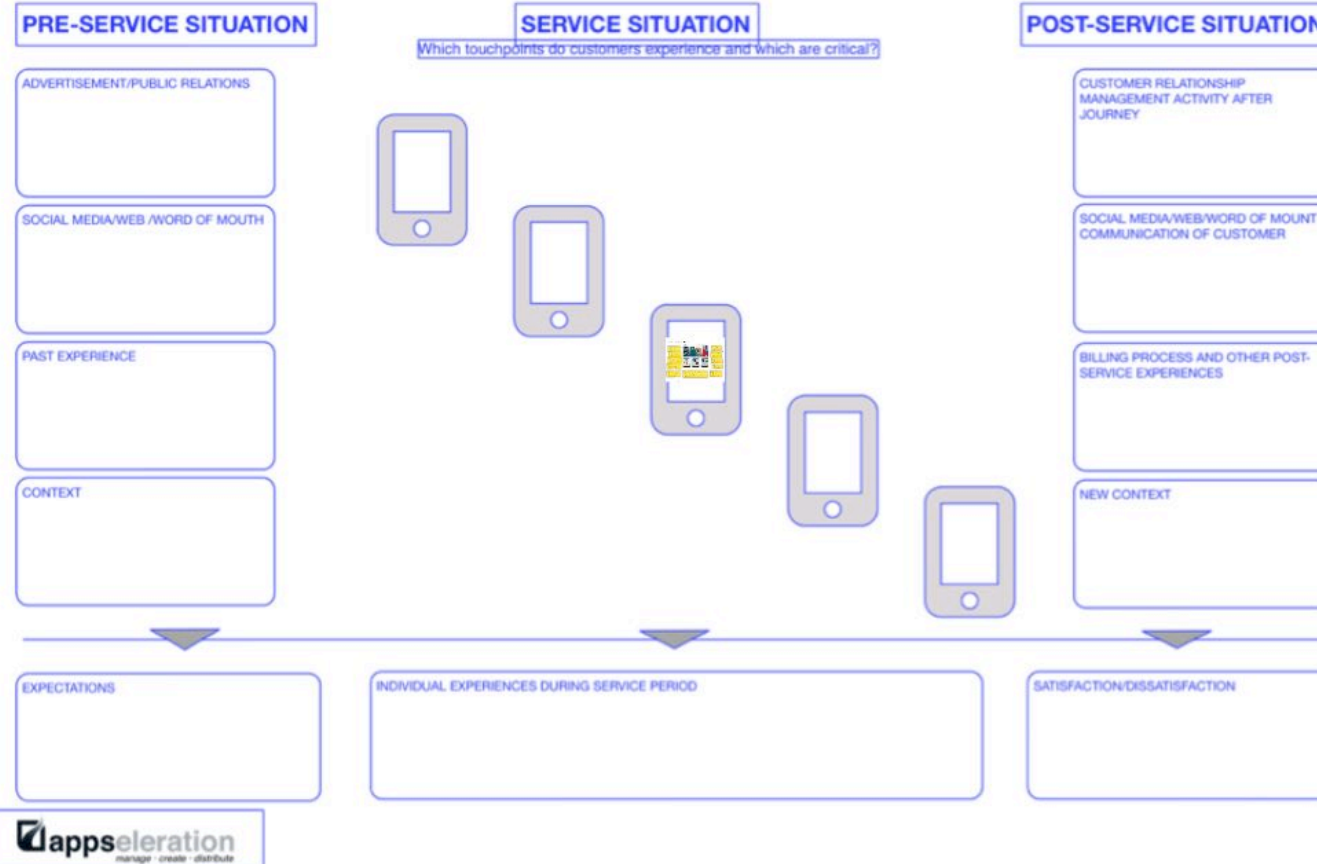
SERVICE

Which touchpoints...

To Do's

- Workshop
- Customer Journey
- Use Cases
- Mock Ups

The Customer Journey Canvas



- Der Nutzer entscheidet über das Design und die Funktionalität der App!
- Nur wenn der Nutzer und sein Nutzungsverhalten im Vordergrund stehen, wird eine App erfolgreich und nachhaltig genutzt
- Wir übernehmen die Rolle des Kunden!
- Der Mehrwert ist entscheidend!

Quelle: www.thisisservicedesignthinking.com

The Customer Journey Canvas

PRE-SERVICE SITUATION

ADVERTISEMENT/PUBLIC RELATIONS

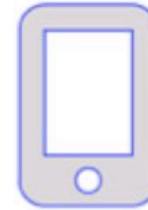
SOCIAL MEDIA/WEB /WORD OF MOUTH

PAST EXPERIENCE

CONTEXT

SERVICE SITUATION

Which touchpoints do customers experience and which are critical?



EXPECTATIONS

INDIVIDUAL EXPERIENCES DURING SERVICE PERIOD

Canvas

SERVICE:

POST-SERVICE SITUATION

SERVICE SITUATION

Which touchpoints do customers experience and which are critical?



CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT ACTIVITY AFTER
JOURNEY

SOCIAL MEDIA/WEB/WORD OF MOUTH
COMMUNICATION OF CUSTOMER

BILLING PROCESS AND OTHER POST-
SERVICE EXPERIENCES

NEW CONTEXT

EXPERIENCES DURING SERVICE PERIOD

SATISFACTION/DISSATISFACTION

The Customer Journey Canvas

SERVICE:

PRE-SERVICE SITUATION

SERVICE SITUATION

POST-SERVICE SITUATION

Which touchpoints do customers experience and which are critical?
The "real world" and the app experience co-exist at any time.

ADJUSTED CUSTOMER EXPECTATIONS

- Der Kunde hört davon
 - Presse
 - Politik

SOCIAL

- Kunde informiert sich
 - Foren
 - Freunde und Bekannte
 - Bewertungs- und Preisvergleichsportale

PA

- In der Vergangenheit
 - Gab es keine Transparenz
 - Fuhr man immer weiter und doch an der preiswerten Tankstelle vorbei

▼

- Die Situation
 - Suche nach preiswertem Kraftstoff in der Nähe
 - Planung des nächsten Tankvorgangs in Kürze

"real world"



- CRM und Kontakt nach der Nutzung
 - € Geld gespart

- Kommunikation des Kunden nach der Nutzung
 - mag ich/mag ich nicht
 - Kommentare/Reviews
 - Er erzählt es weiter
 - Merken

- Abrechnung und andere Post-sales Prozesse
 - Historie inkl. Zahlung
 - Rabattoptionen

NEW CONTEXT

- Neue Situation
 - Ausfahrtinfo
 - Ein netter Dank

- Die neue Erwartung
 - Angebotstransparenz in Echtzeit
 - Verhalten anderer Nutzer
 - Prognosen und Entscheidungshilfen

IND

- Individuelle Erfahrungen während der Nutzung
 - Suchen > vergleichen > hinfahren
 - Information richtig/ falsch/ veraltet
 - Situation an Tankstelle (Wartezeit)
 - Anfahrtsinfo + Lageplan
 - Servicequalität und Dienstleistungen vor Ort

- Zufriedenheit/ Unzufriedenheit
 - Gefühl erfolgreicher Optimierung
 - Erfolg: Geld und Zeit

Kunden erwarten
jederzeit und
überall
Informationen
und Mehrwerte

Mit Apps sind wir
beim Kunden via
Smartphones in
der Hosentasche.



Mit Apps sind wir
beim Kunden via
Smartphones in
der Hosentasche.



Vodafone.de 10:24 90%

Allianz

ReiseApp

powered by **vodafone**

Niederlande



Tagesgenauer Reiseschutz

Sofort-Abschluss eines Versicherungs- und Servicepaketes pro Reisetag



Notfall: Wen rufe ich an?

Weltweite Notrufnummern für alle Fälle



Währungsrechner

Umrechnung mit tagesaktuellen Kursen



Übersetzer

Texte und Medikamente übersetzen



Dokumentensafe

Verschlüsselte Aufbewahrung wichtiger



Home



Mein Schutz



Reisenotruf



Info



ReiseApp

powered by **vodafone**

Niederlande



Tagesgenauer Reiseschutz

Sofort-Abschluss eines Versicherungs- und Servicepaketes pro Reisetag



Notfall: Wen rufe ich an?

Weltweite Notrufnummern für alle Fälle



Währungsrechner

Umrechnung mit tagesaktuellen Kursen



Übersetzer

Texte und Medikamente übersetzen



Dokumentensafe

Verschlüsselte Aufbewahrung wichtiger



Apps sind **Services**
am **Kunden** und
essentiell für
Premium-
Anbieter!



Apps sind dann
besonders erfolgreich,
wenn sie
Wertschöpfungsketten
aufbrechen.



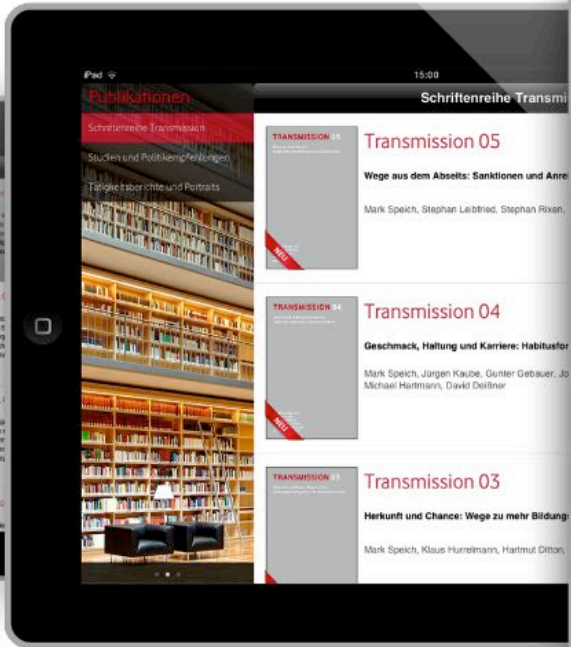
Unternehmen
brauchen eine
mobile Strategie!

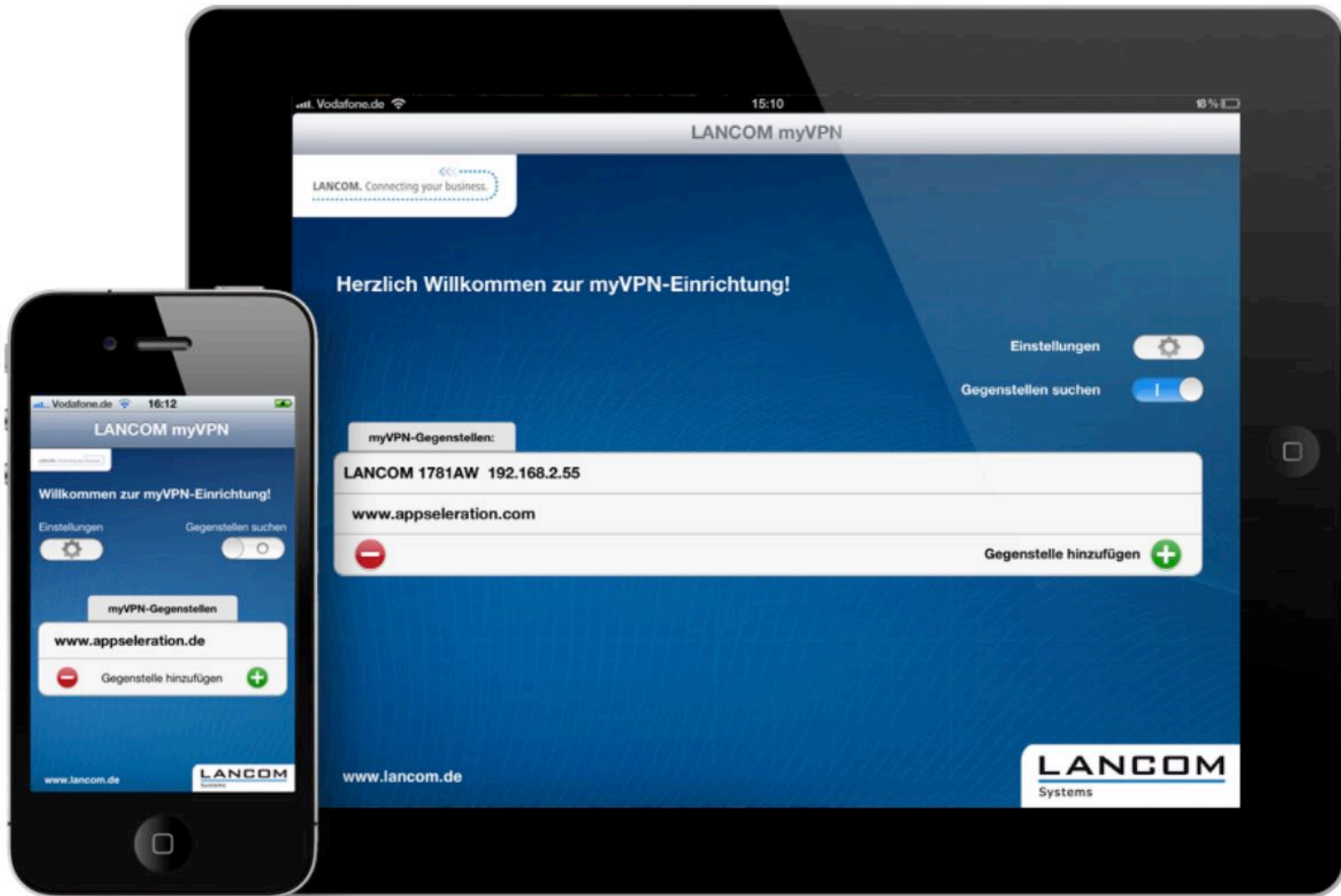
Einige unserer Projekte...













Available on the iPhone
 **App Store**

 **Google play**



Available on the iPhone
App Store





Success
Erfolg ist kein Ziel, sondern ein Prozess.
Nicht das Fehlen der Ressourcen, sondern die
Nicht-Nutzung der Ressourcen.
Nicht das Fehlen der Visionen, sondern die
Nicht-Verfolgung der Visionen.
Nicht das Fehlen der Ideen, sondern die
Nicht-Verwirklichung der Ideen.
Nicht das Fehlen der Talente, sondern die
Nicht-Nutzung der Talente.
Nicht das Fehlen der Chancen, sondern die
Nicht-Nutzung der Chancen.
Nicht das Fehlen der Möglichkeiten, sondern die
Nicht-Nutzung der Möglichkeiten.
Nicht das Fehlen der Ressourcen, sondern die
Nicht-Nutzung der Ressourcen.
Nicht das Fehlen der Visionen, sondern die
Nicht-Verfolgung der Visionen.
Nicht das Fehlen der Ideen, sondern die
Nicht-Verwirklichung der Ideen.
Nicht das Fehlen der Talente, sondern die
Nicht-Nutzung der Talente.
Nicht das Fehlen der Chancen, sondern die
Nicht-Nutzung der Chancen.
Nicht das Fehlen der Möglichkeiten, sondern die
Nicht-Nutzung der Möglichkeiten.

Takeaways

- Erfolgreiche Apps haben einen **sofortigen Kundennutzen**
- **Apps** sind für Kunden ein **erwarteter Service** vor Ort
- Apps müssen unbedingt **einfach** sein
- Apps sind **hochwertige Anwendungen**, die umfangreiche Planungen voraussetzen
- Die **technische Umsetzung** ist macht **ca. 30 % der Lieferkette** aus
- **Auftragsklärung / Customer Journeys** sind Schlüssel zum Erfolg
- **Klassisches Zielgruppenmarketing** ist Voraussetzung
- **Social Media Marketing, AppStore-Management** und **Updates** sind im Strategiekonzept zu berücksichtigen
- Die App möchte gefunden werden - **Vermarktung** gleich einplanen
- ... und... der **Mittelstand** entdeckt die mobile Welt für sich und wird die Nutzung stimulieren
- Unternehmen brauchen eine **Mobile Strategie**

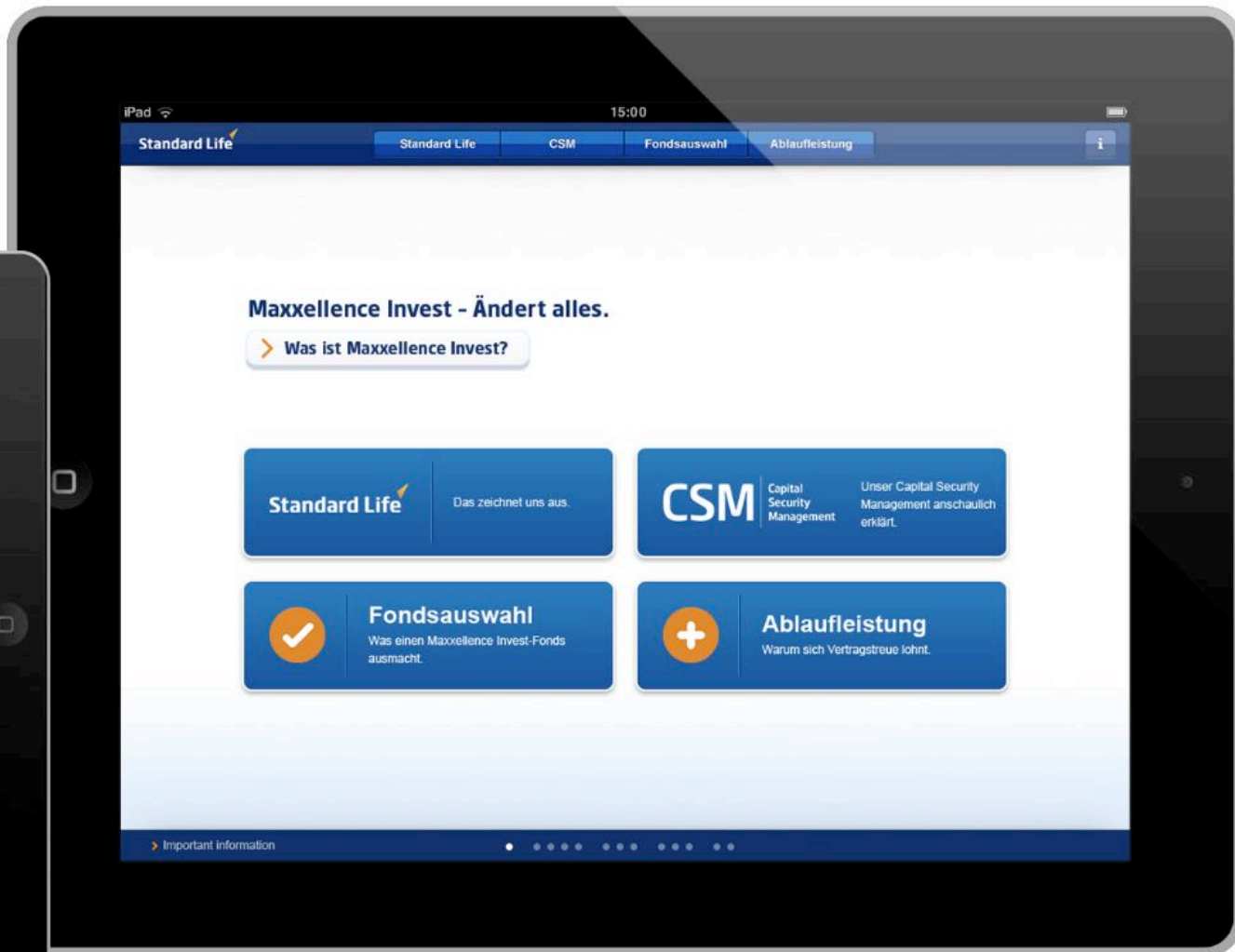
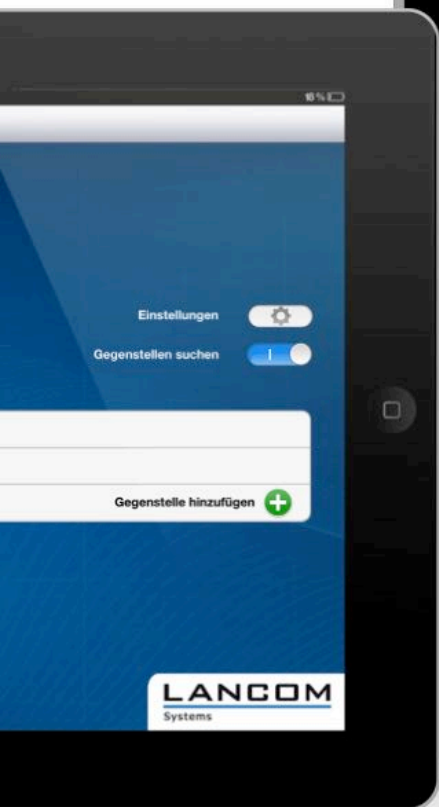
**Herzlichen Dank und viel Spaß
beim Mobile Media Forum!**

Dr. Ralf Lauterbach
- CEO & Founder -
Appselektion GmbH

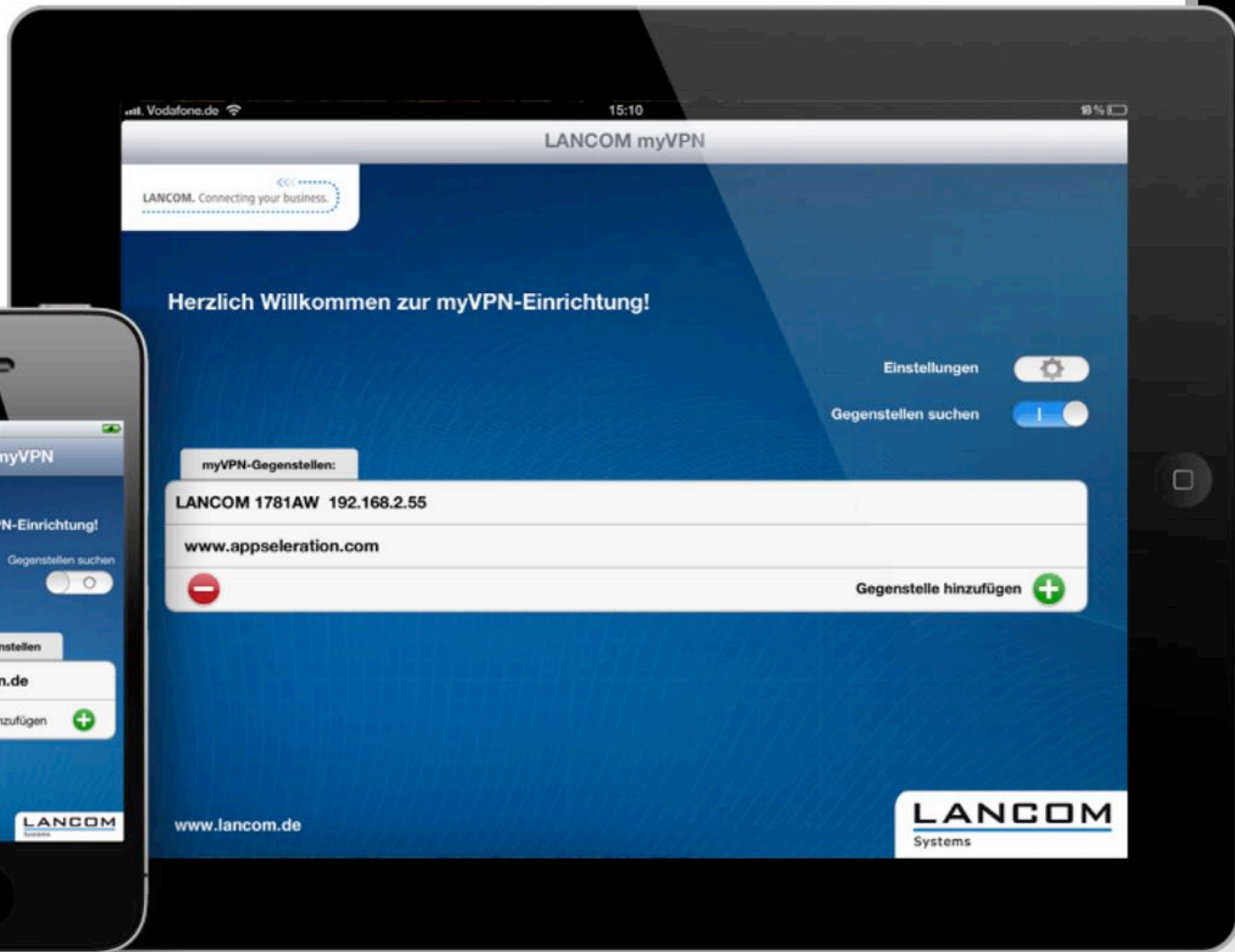




Ein Ausblick in die Zukunft...



Enterprise Solutions



En

Enterprise Solutions

- Mobilisierung von Geschäftsprozessen
- BYOD = "Bring your own device" (Windows8 hat dies im Claim)
- Mobilität bedeutet heute den mobilen Zugriff auf Unternehmensdaten (Vertrieb, Rechnungswesen, etc.)
- Tendenz geht nachhaltig zu Tablet-Applikationen
- Tim Cook, CEO von Apple: 90% der Fortune 500 Unternehmen testen oder benutzen bereits iPads für Unternehmensprozesse
- Enterprise Mobility ist nach 5 Jahren im Mittelstand angekommen
- Apps dienen zur Vereinfachung bestehender Lösungen und Prozesse
- z.B.: Filesharing, Cloudlösungen, Abrechnungen, persönliche Organiser
- ... und der Datenschutz bekommt in DE immer größere Bedeutung



- unzählige Unternehmen präsentieren sich bereits mit mobilen Applikationen, ABER... häufig sind es nur kleine Webseiten...
- ...es werden mehr **ganzheitliche Service Apps** für Unternehmen und deren Kunden entstehen.
- Geschäftsprozesse lassen sich zur **Arbeitserleichterung** mobilisieren! Es muss ein konkreter Nutzen für den Nutzer geschaffen werden (und zwar immer wieder), ...
- ...sonst drohen "App Leichen" in den Stores und auf den Smartphones!



Service Apps

Apps werden zum Organisator des Alltags (Navigation, Shopping, Bezahlung, Banking)

- 2 von 3 Deutschen glauben, dass 2014 der Einkauf mit dem Smartphone zum Alltag gehört
- Deutsche Kunden würden am ehesten Fahrkarten mit ihrem Handy bezahlen sowie ihr Smartphone an der Tankstelle als Geldbörse nutzen

Deutsche Telekom (Studie), 2012

Metro AG, 2012



COUPONING



Coupons & Location Based Services

- Ihr Kunde erhält im Geschäft relevante Coupons: **Mehrwert vor Ort!**
- Informationen über aktuelle Angebote in **Echtzeit**
- Angebote direkt **in das Smartphone** der Kunden via Push-Nachricht
- Einlösung direkt am POS

Mobile Trends, 2012

Das Beste zum Schluss...


AR Target for SPACECRAFT 3D
Jet Propulsion Laboratory/California Institute of Technology



Photo: NASA/JPL-Caltech/Malin Space Science Systems

AR Target for SPACECRAFT 3D

Jet Propulsion Laboratory/California Institute of Technology



Photo: NASA/JPL-Caltech/Malin Space Science Systems

Das Beste zum Schluss...