



FALLSTUDIEN

Gemeinsame Ziele. Gemeinsamer Erfolg.

CASE STUDY:

Webbasiertes Eyetracking zur Erkennung von potenziellen Schwachstellen im Nutzererlebnis

Verbesserung digitaler Produkte und Dienstleistungen mithilfe von Studien zur Blickverfolgung auf Webseiten

USER EXPERIENCE

Das Gespräch in Gang bringen

Eyevido ist eine kosteneffiziente Eyetracking-Lösung, die mithilfe eines kleinen Gerätes die Augenbewegungen von Nutzern auf einem Bildschirm verfolgen und aufzeichnen kann. Das Gerät erkennt, ob und welche Bereiche sich ein Nutzer wie lange ansieht und gibt die Ergebnisse in einem Wärmebild grafisch wieder. Die Deutsche Bank Innovation Labs Berlin haben das Team von Eyevido auf der CEBIT, der größten Computermesse der Welt, getroffen. Zu dieser Zeit war das Unternehmen in einer sehr frühen Phase – sie hatten gerade ihren dritten Mitarbeiter eingestellt. Das Lab-Team sah den Wert und das Potenzial dieser Technologie und lud Eyevido zu einem weiteren Treffen ein.

Den Bedarf erkennen

Die Kolleginnen und Kollegen in der „Digital Factory“ des Bereichs Privat- und Firmenkunden der Deutschen Bank waren auf der Suche nach einer einfachen und flexiblen Möglichkeit, um Eyetracking-Studien selbst durchzuführen. Sie suchten nach einer Lösung, die weitaus günstiger und weniger arbeitsintensiv sein sollte, als es die Angebote auf dem Markt zu diesem Zeitpunkt waren. Wir hielten die Lösung von Eyevido für einen guten Weg, um den kundenorientierten Ansatz zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen in der Digital Factory zu unterstützen.

Chancen bewerten

Bevor wir das Unternehmen unseren Kollegen in der Digital Factory vorstellten, hat unser Team die Fähigkeiten und Möglichkeiten von Eyevido gründlich untersucht. Wir haben Beispielszenarien in unserem Berliner Lab angelegt, um die Lösung in einer realen Testumgebung zu evaluieren. In enger Zusammenarbeit mit Eyevido halfen wir, erkannte Lücken in der Anwendung zu schließen und die Strategie des Unternehmens so zu gestalten, dass sie den Bedürfnissen der Bank besser entsprach. Dann haben wir das Team in der Digital Factory vorgestellt und bei dem Entwurf einer Machbarkeitsprüfung unterstützt, die mehr als einhundert Tests und mehr als ein Dutzend Studien beinhaltete.

Die Lösung umsetzen

Nachdem die Machbarkeitsprüfung erfolgreich abgeschlossen war, entschied sich die Digital Factory für die Finanzierung der Anwendung von Eyevido in ihrem Kunden-Labor. Von Beginn der Zusammenarbeit zwischen Eyevido und dem Kunden-Labor an hat das Unternehmen seine Lösung konsequent an unsere Bedürfnisse angepasst. Sie ist seitdem auch ein wesentlicher Bestandteil des Forschungsangebotes von Eyevido. Experten in der Digital Factory und im Privatkundengeschäft der Deutschen Bank können nun Schwierigkeiten im Benutzererlebnis von Webseiten und Anwendungen schnell identifizieren – und beheben. Die Lösung hat der Bank dabei geholfen, ihre Angebote intuitiver, effizienter und für ihre Nutzer angenehmer zu gestalten. Sie hat außerdem die Qualität des digitalen Angebotes der Deutschen Bank verbessert und stellt somit einen wichtigen Wettbewerbsvorteil dar.