

Shadowing

Shadowing ist eine Methode zur Gewinnung einer weiteren Perspektive auf das Nutzererlebnis.

Das Shadowing ist vergleichbar mit der „Teilnehmenden-Beobachtung“ aus der Soziologie. Ohne Einzugreifen oder zu Kommentieren wird ein Vorgang beobachtet und dokumentiert. Durch die Außenperspektive ist es möglich sehr ganzheitlich auf kleine Reaktionen zu achten: ein Stirnrunzeln, ein Lächeln, ein Zögern. So wird eine sehr differenzierte Analyse eines Service ermöglicht.

Was gibt es zu beachten?

Es ist hilfreich, andere Nutzer:innen im Shadowing zu beobachten, als diejenigen, die vorher bereits eine Customer Journey durchlaufen haben, um weitere ungetrübte Eindrücke zu erhalten

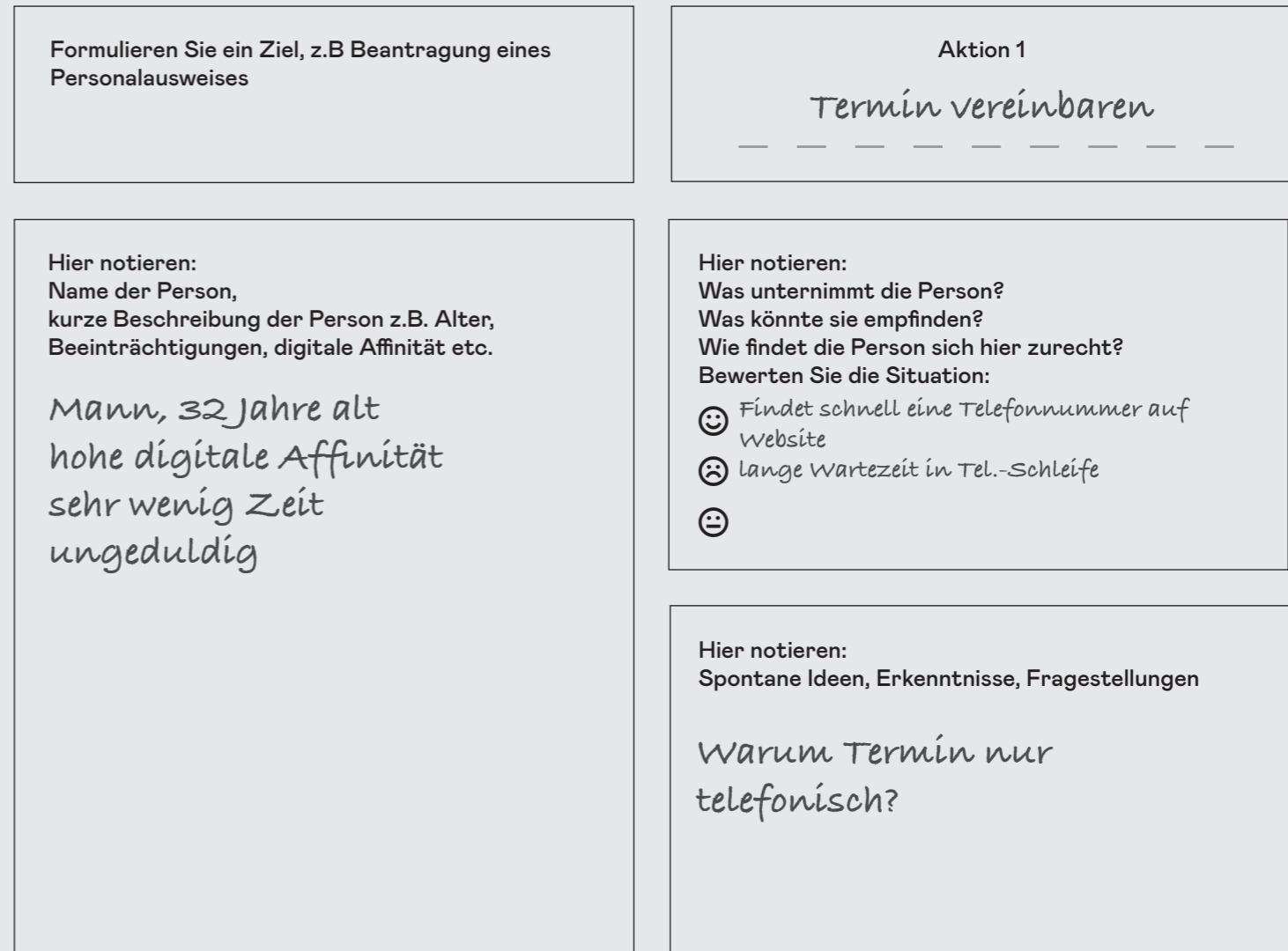
Beispiel

Anzahl Teilnehmer:
1 Beobachter:in kann evtl. eine Gruppe von 1 bis zu 12 Personen beobachten

Dauer:
variiert je nach Dienstleistung

Aufwand:
Vorbereitung gering, Nachbereitung variiert je nach Art des Service und nach Tiefe der Analyse

Schwierigkeitsgrad:
Einsteiger



Ziel:	Touchpoint 1 -----	Touchpoint 2 -----	Touchpoint 3 -----	Touchpoint 4 -----
Name der Person: Beschreibung:	Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐	Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐	Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐	Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐
	Spontane Ideen, Erkenntnisse	Spontane Ideen, Erkenntnisse	Spontane Ideen, Erkenntnisse	Spontane Ideen, Erkenntnisse

Touchpoint -----	Touchpoint 6 -----	Touchpoint 7 -----	Touchpoint 8 -----
Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐	Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐	Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐	Was unternimmt die Person? Was könnte sie empfinden? 😊 😞 😐
Spontane Ideen, Erkenntnisse	Spontane Ideen, Erkenntnisse	Spontane Ideen, Erkenntnisse	Spontane Ideen, Erkenntnisse