

Führung / Kommunikation

Tolle IT-Lösung – wird aber nicht genutzt. Warum, Herr Javadi?

Nutzerfreundlich und intuitiv – oder anders gesagt: mit wenigen Klicks zum Ziel kommen. Das wünscht sich jeder Anwender von digitalen Lösungen. Nur leider ist das nicht immer der Fall – und dann werden diese weniger als erhofft oder gar nicht genutzt. Umso wichtiger ist es, dass Immobilienunternehmen und IT-Dienstleister bei der Entwicklung von neuen Anwendungen die künftigen Nutzer – ihre Kunden und auch die eigenen Mitarbeiter – von Beginn an mit einbeziehen. Ein Ansatz, der das berücksichtigt, ist Design Thinking. Gedanken dazu von Dr. Mehdi Javadi, Design-Thinking-Experte bei Aareon.



Dr. Mehdi Javadi

Im Zuge des digitalen Transformationsprozesses in allen Lebensbereichen erhöht sich der Innovationsdruck auch auf Immobilienunternehmen. Die Anforderungen seitens der Mieter und Eigentümer steigen – genau wie die Vielfalt des Angebots an neuen digitalen Lösungen durch etablierte IT-Dienstleister sowie PropTechs. Daher gilt es, neue Trends rechtzeitig zu erkennen und Kundenbedürfnisse durch eigene Ideen und Problemlösungen schneller als andere zu erfüllen.

Anwenderorientiert

Bei dem Design-Thinking-Ansatz steht immer der Anwender im Mittelpunkt. Deshalb sind diese bei den Workshops idealerweise auch dabei. Auf den

ersten Blick mag das aufwendig erscheinen, am Ende zahlt es sich jedoch aus. Denn so können Konzepte, Strategie-Roadmaps, neue Geschäftsmodelle, Mock-ups oder Prototypen gemeinsam entwickelt und direkt mehrfach auf Nutzen und Funktion hin geprüft werden. Beispielsweise lassen sich über die Methode der Customer Journey Map Interaktionsverläufe mit dem Nutzer – ob Präferenzen, Erlebnisse oder Touchpoints – sehr gut analysieren. Auch das Modell typischer Nutzergruppen – sogenannter Personas – hilft, die Anwenderorientierung bei der Entwicklung zu fokussieren. In der Immobilienbranche können Personas beispielsweise bestimmte Mietergruppen oder Mitarbeiter von Wohnungsgesellschaften sein.

Letztendlich ist klar: Auch wenn eine Technologie noch so innovativ ist, dem Nutzer aber keinen Mehrwert bringt – quasi an ihm vorbei entwickelt wurde –, ist sie zum Scheitern verurteilt. Nur durch das frühzeitige Einbinden der Anwender in den Entwicklungsprozess wird sichergestellt, dass die IT-Lösung am Ende auch akzeptiert wird und für Zufriedenheit sorgt. Und das ist wiederum entscheidend für die Kundenbindung – und den Vertriebs Erfolg.