

Pressemitteilung

Wien, 12.06.2019

HÖHERE KUNDENZUFRIEDENHEIT FÜR DIGITALE LÖSUNGEN

AIT unterstützt die Entwicklung von innovativen und digitalen Produkten mittels moderner Akzeptanz-Forecasts

Die KundInnenzufriedenheit ist einer der wichtigsten Faktoren für den Erfolg des Unternehmens, denn erst wenn ein Produkt von der Zielgruppe gerne und langfristig genutzt wird, kann es am Markt bestehen. Das AIT hat sich daher zur Aufgabe gemacht, mit Hilfe von Forecasting-Methoden Unternehmen dabei zu unterstützen, bereits in einer sehr frühen Phase der Produktentwicklung das digitale KundInnenerlebnis zu evaluieren. Dadurch können zeitaufwändige Re-Designs vermieden und Kosten eingespart werden.

Methoden und Lösungen für kundenorientierte Entwicklungsprozesse kommen aus dem AIT

Durch Forecasting kann bereits im Vorhinein in Erfahrung gebracht werden, welche Faktoren die Technologieakzeptanz in der Zielgruppe beeinflussen und wie das positive digitale KundInnenerlebnis erreicht werden kann. Das AIT Center for Technology Experience setzt dabei eine einzigartige Kombination aus unterschiedlichen, wissenschaftlich fundierten Methoden zur Erforschung, Evaluierung und Verbesserung der Produkt- und zielgruppenspezifischen Akzeptanzfaktoren ein. Hierbei entstehen konkrete Handlungsempfehlungen für die Produktweiterentwicklung. „Unternehmen können es sich nicht leisten, innovative digitale Produkte und Services an den Bedürfnissen der KundInnen vorbei zu entwickeln. Es braucht wissenschaftlich fundierte Methoden, um die Ansprüche und Wünsche möglichst früh zu identifizieren und zu priorisieren“, so Dr. Andreas Sackl, Akzeptanzexperte am AIT Center for Technology Experience.

Mit Technologieakzeptanzstudien die Bedürfnisse der NutzerInnen optimal berücksichtigen

Eine leicht bedienbare Benutzeroberfläche ist notwendig, aber nicht mehr ausreichend, um potentielle KonsumentInnen von einem Produkt zu überzeugen und ihnen den nötigen Mehrwert zu liefern. So beeinflussen sowohl der konkrete Nutzen, als auch die individuellen Merkmale und Einstellungen, wie etwa Technikinteresse, Sicherheitsbedürfnis und sozio-ökonomische Aspekte, ob das Produkt gerne genutzt wird oder nicht. Durch Technologieakzeptanzstudien können diese Faktoren untersucht und verbessert werden. Dieser Ansatz der kundenorientierten Produktentwicklung wurde unter anderem gemeinsam mit dem oberösterreichischen Handyhersteller emporia durchgeführt, um eine vereinfachte Smartphone-Bedienoberfläche für ältere NutzerInnen zu entwickeln. „Wenn es darum geht, neue Technologien, Produkte oder Services zu entwerfen, ist es ganz entscheidend, deren Akzeptanz bei potentiellen KundInnen und AnwenderInnen von Anfang an mitzudenken“, bestätigt auch Mag. Eveline Pupeter, Eigentümerin und CEO von emporia.

Weitere Informationen:

[AIT Austrian Institute of Technology](#)
[Center for Technology Experience](#)
[emporia](#)

Pressekontakt:

Vanessa Schuster, MA
Marketing and Communications
AIT Austrian Institute of Technology
Center for Technology Experience
T +43 (0)664 88390690
vanessa.schuster@ait.ac.at | www.ait.ac.at

Daniel Pepl, MAS
Corporate and Marketing Communications
AIT Austrian Institute of Technology
T +43 (0)50550-4040
daniel.pepl@ait.ac.at | www.ait.ac.at