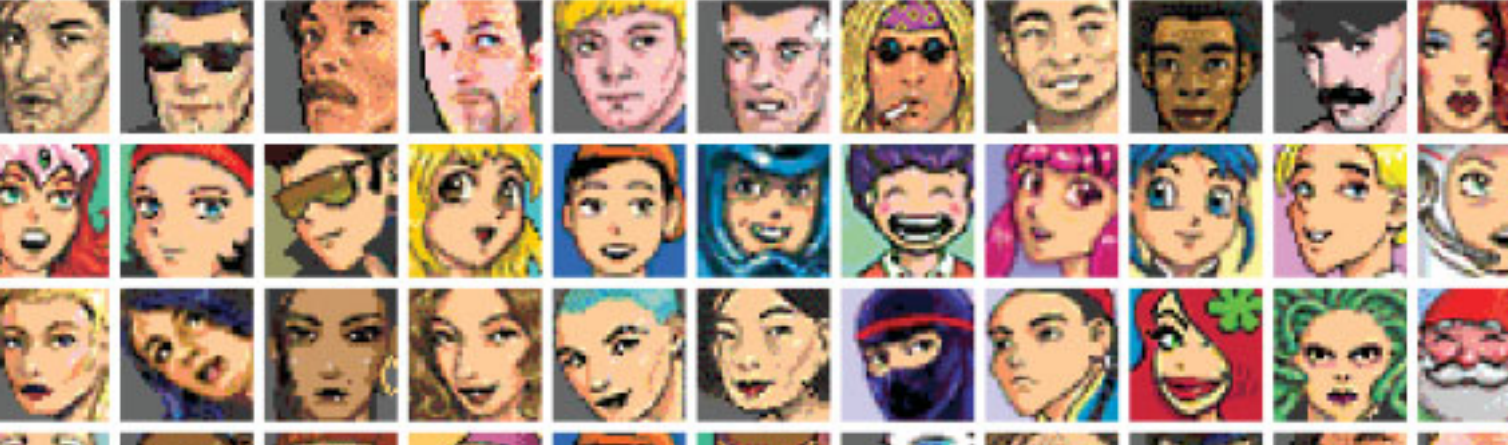




experience planetactive



SPECIAL +++ SPECIAL +++ SPECIAL

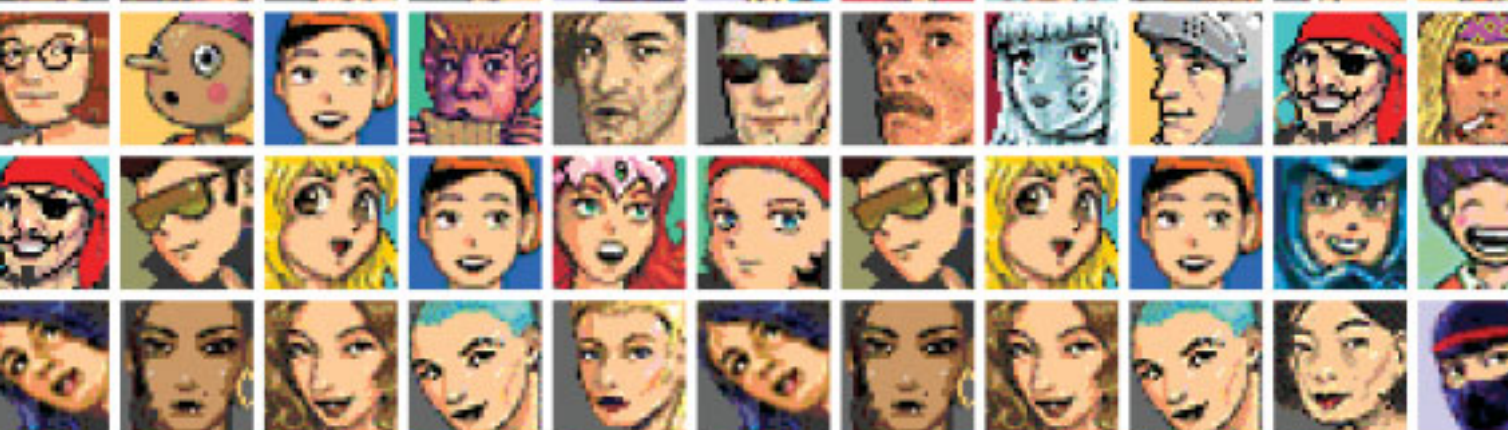


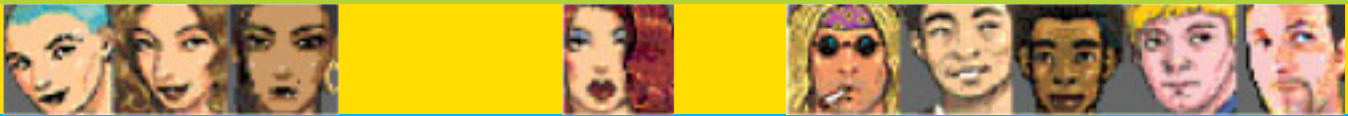
HENKEL: E-MAIL-MARKETING MIT SYSTEM

BASISWISSEN: DER PERSONALISIERUNGSZIRKEL

OPODO: MIT ONLINE-WERBUNG AN DIE SPITZE

ACTIVATED





## INHALT

01 TECHNOLOGY ENABLED MARKETING:

**MEHR MESSEN, MEHR WISSEN, WENIGER INVESTIEREN**

02 STRATEGISCHE GRUNDLAGEN ERFOLGREICHER WEBSITE-PROJEKTE:

**DIE STUNDE DES MARKETINGS**

03 SCHNELLSCHUSS: ONLINE-SHOP FÜR KETTNER

**DYNAMISCHES WEBSITE-KONZEPT FÜR AKTIVE**

04 MOBILE INSTANT MESSENGER FÜR VODAFONE:

**USER AKTIVIEREN HEIßT USER VERSTEHEN**

05 DIE RICHTIGE AGENTUR FÜRS ONLINE-MARKETING:

**AKTIVISTEN GESUCHT!**

06 EMAIL- UND SMS-MARKETING:

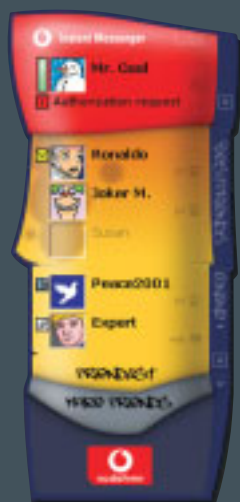
**EINLADUNG ZUM MITMACHEN**



## MOBILE INSTANT MESSENGER FÜR VODAFONE

# USER AKTIVIEREN HEIßT USER VERSTEHEN

Das Internet wandelt sich mehr und mehr von einer Informationsplattform zu einer Transaktionsplattform. Onlinebanking, Shopping oder Reisebuchungen gehören mittlerweile für viele User zum Alltag. Die entsprechenden Websites haben wenig gemeinsam mit den "Info-Pages" vergangener Tage. Die Usability bestimmt maßgeblich das Design dieser Sites, die oft ähnlich komplex aufgebaut sind wie kommerzielle Anwendungssoftware. Speziell ausgebildete Interaction Designer sorgen dafür, daß die Schnittstelle zwischen Mensch und Maschine bei der Kundenaktivierung nicht zur Schwachstelle wird. Ihr Wissen um die sogenannte Userexperience ist auch gefragt, wenn es um die Entwicklung attraktiver und alltagstauglicher Interfaces für moderne Kommunikationsdienste und -applikationen geht.



Instant Messaging erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Mit einer entsprechenden Messenger-Software lässt sich feststellen, wann Freunde oder Bekannte online sind und schnell und unkompliziert in Echtzeit mit ihnen Kontakt aufnehmen. Die Zukunft gehört jedoch dem mobilen Instant Messaging, bei dem alle Instant Messaging Funktionen auch über das Handy nutzbar sind. Grund genug für Mobilfunkanbieter wie Vodafone bereits heute plattformübergreifende Messaging-Produkte zu entwickeln. Bei der Vielzahl von Wettbewerbsprodukten kommt es dabei vor allem auf eines an: attraktives, unverwechselbares Design und überlegene Usability.

### Produktentwicklung für den Weltmarkt

Im letzten Jahr beauftragte Vodafone Planetactive mit der Entwicklung eines einzigartigen User Interfaces für Mobile Instant Messaging, ein globaler Kommunikationsdienst von Vodafone. Für Dr. Clemens Lango, Interaction Designer bei Planetactive, und sein Team war dies eine spannende Herausforderung. Schließlich erhält man nicht alle Tage Gelegenheit, ein Interface zu entwickeln, das später einmal Millionen von Menschen weltweit wie selbstverständlich benutzen werden.

Die Aufgabenstellung war komplex. Es ging übergeordnet darum, in enger Zusammenarbeit mit der Londoner Brand-Agentur von Vodafone die neue Marke Vodafone europaweit erlebbar zu machen und die Markenwerte in des Interface-Design einfließen zu lassen.

Das Produkt sollte sich schließlich deutlich von Wettbewerbsprodukten abheben,

über ein attraktives Design verfügen, dass die Marke zielgruppengerecht repräsentiert und vor allen Dingen einfach zu verstehen und bequem zu bedienen sein. Kurz: es ging um die Entwicklung einer Produktpersönlichkeit. Für den Start des Dienstes mußten zunächst User Experience, Interaction-Design und Style Guides für einen PC-Anwendung, einen Web-Client und eine WAP-Anwendung kreiert werden.

### Umfangreiche Analysen am Anfang

In der ersten Phase wurden alle relevanten Wettbewerbsprodukte exakt analysiert, Stärken und Schwächen wurden ermittelt. Planetactive Mitarbeiter, die nicht am Projekt beteiligt waren, dienten als Testpersonen, die Auskunft über die Benutzerfreundlichkeit der Messenger-Produkte geben mußten und – viel wichtiger – ihre Wünsche und Erwartungen in Bezug auf ein optimales Interface definieren sollten. Denn wie immer beim Interaction Design, ob bei der Entwicklung von Websites oder mobilen Anwendungen – stehen die Erwartungen der Users im Mittelpunkt der Arbeit.

Schnell war klar, dass sich ein moderner Messenger durch eine auf den ersten Blick unüberschaubare Vielzahl von Funktionen auszeichnet. Diese Funktionen in eine an den Bedürfnissen der User ausgerichtete Ordnungsstruktur zu bringen war die erste Herausforderung.

### Kernfunktionen konsequent umgesetzt

Schließlich wurde ein Konzept entwickelt, dass sich konsequent an den drei Kernfunktionen beim Messaging orien-

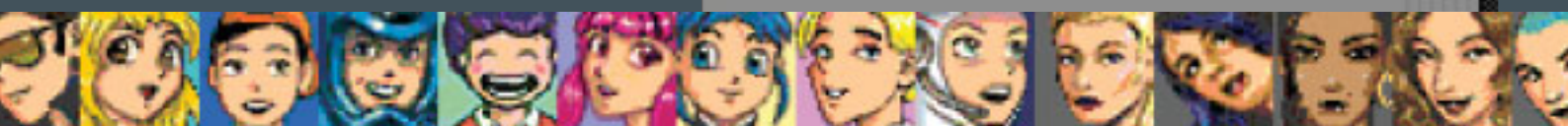
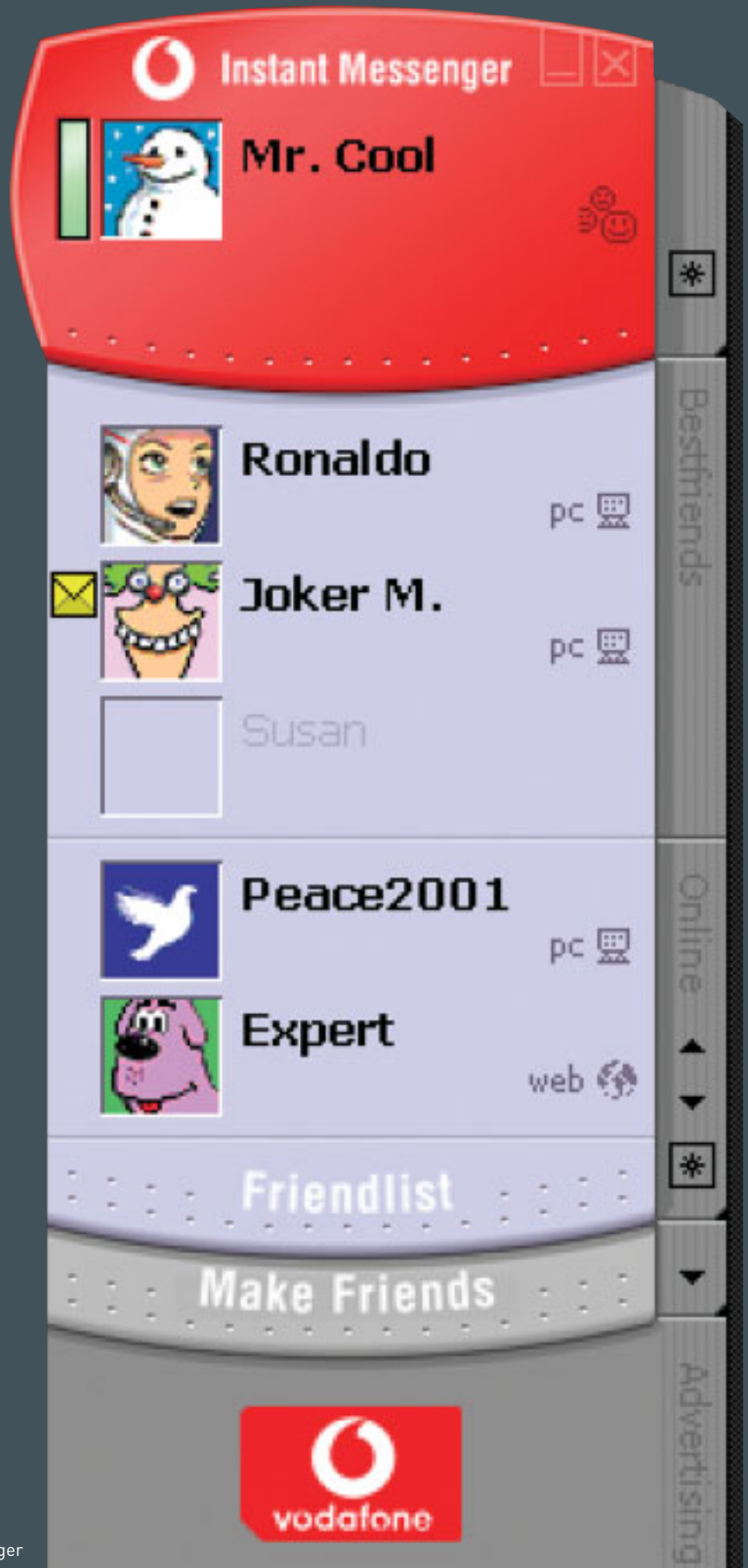


tiert und in das sich alle Einzelfunktionen integrieren lassen. Mit den drei Kernfunktionen „Freunde finden“, „Freunde verwalten“ und „mit Freunden kommunizieren“ wurde ein Interaktionsdesign geschaffen, das leicht verständlich und einfach zu bedienen ist. Darüber hinaus ermöglichte diese Grundstruktur eine konsistente Bedienung und Wiedererkennbarkeit über alle Plattformen hinweg.

Auf Basis dieser Struktur wurden dann die umfangreichen Feinarbeiten durchgeführt. Sie reichten von der Entwicklung des Sounddesign für die unterschiedlichen Funktionen bis hin zur – je nach Land – individuellen Bezeichnung der Funktionen. Für unterschiedliche Zielgruppen, etwa Business User oder Teens, wurden zielgruppenadäquate Skins (Oberflächen) entwickelt. Und schließlich wurden im Vergleich zu Wettbewerbsprodukten neue hilfreiche Funktionen integriert. So kann sich etwa jeder User durch ein eigenes Bild repräsentieren lassen.

Insgesamt 3 Monate dauerte die Entwicklung des User Interface – fast ebenso lang wie die Realisierung einer komplexen Website. Funktionsdesign stellt eben höhere Ansprüche als reines Informationsdesign. Anfang Juni wurde der Instant Messenger von Vodafone gelauncht. Jetzt wird sich zeigen, ob die Entwickler die Erwartungen der Nutzer richtig interpretiert haben. Häufigkeit und Dauer der Nutzung des Messengers werden es zweifelsfrei beweisen.

Weitere Infos:  
<http://www.planetactive.com/messenger>



Planetactive GmbH  
Düsseldorf  
www.planetactive.com  
Emanuel-Leutze-Str. 20  
40547 Düsseldorf  
Germany

voice +49.211.5404-0  
fax +49.211.5404-181  
e-mail: xpa@planetactive.com

Planetactive GmbH  
Zürich Office  
www.planetactive.com  
Stationsstrasse 17  
8003 Zürich  
Switzerland

voice +41.1.455 83-83  
fax +41.1.455 83-00  
e-mail: info.ch@planetactive.com

DIAL+++SPECIAL+++SPE

### **Planetactive: We create value online.**

Planetactive, die Online-Marketing-Agentur, verbindet moderne Marketingstrategien mit intelligenter Internet-Kommunikation.

Unter dem Begriff T. E. M. (Technology Enabled Marketing) entwickeln wir komplexe, internetgestützte Marketing-Konzepte, die Kundenakquisition, Kundenaktivierung und Kundenbindungsmaßnahmen lückenlos miteinander vernetzen und nachhaltige Mehrwerte für unsere Kunden schaffen. Das Ergebnis: messbare Erfolge und ein hoher Return on Investment.

Mit innovativer und strategisch eingesetzter Internet-Technologie, wie zum Beispiel unserem selbst entwickelten Ad Management System AMP, bieten wir Unternehmen eine bisher nicht gekannte Transparenz und Effizienz. Für jeden Euro, den unsere Kunden mit uns in ein intelligentes Marketing investieren, garantieren wir einen maximalen Gegenwert. Mit unserem Permanent-Performance-Konzept sorgen wir dafür, dass Reaktionen und Transaktionen der Zielgruppen permanent gemessen werden und nötige Optimierungsschritte in Echtzeit erfolgen können. Die von uns gewonnenen Daten werden kontinuierlich analysiert und bilden die Grundlage für die Weiterentwicklung der Kommunikationsmaßnahmen –

online wie offline. Mehr messen heißt für uns: mehr erfahren, schneller die anvisierte Marketing-Ziele erreichen und dadurch effizienter investieren.

Planetactive wurde 1997 unter dem Namen IQ Interactive Quality gegründet. Durch eine Beteiligung von Mediaedge:CIA und die Netzwerkverbindung zur Outrider-Gruppe haben wir Kontakt zu 13 Büros in 9 Ländern und sind so in der Lage, länderübergreifende Konzepte zu realisieren. Planetactive beschäftigt ein Team von 86 Business- und Branding-Experten, Technologie- und Internetspezialisten, Account-Managern, Kreativen und Mediafachleuten. Profis, die ein Ziel nie aus den Augen verlieren: Mehrwerte zu schaffen für ihre Auftraggeber.

Zu den Kunden von Planetactive zählen u.a. AOL, Beobachter, Bluewin, BOL Schweiz, Citibank Privatkunden, CompuServe, CTS Eventim, Deutsche Lufthansa, Dino entertainment, e-fellows.net, Einsurance Agency, Frankfurter Rundschau, Henkel, High Tech Management, Intel Corporation, Julius Bär, Opodo, Sony Computer Entertainment Deutschland, United Airlines, Viseca Card Services, Vodafone, worldcom.