

# **USER EXPERIENCE**

**Ein Trend, der bleibt: UX als Chance  
für Innovation und Wachstum**

**Media.Innovations Juni 2020**



**3,99** | **LUNCH**  
EUR\* | **BOX**

1 Double Crunch  
2 Hot Wings®  
1 kl. Pommes  
1 kl. Softdrink



\*Unverbindliche Preisempfehlung. Nur in teilnehmenden Restaurants. Alle Informationen auf [www.kfc.de](http://www.kfc.de).



## 川香燃辣撻串桶

鸡心 4串 | 鸡肫 2串  
牛肚 1串 | 木耳 2串  
油豆腐 2串 | 黄喉 1串

## 香卤系列

香卤鸡心

香卤鸡翅尖

# China's KFC Gives Up and Starts Selling Chinese Street Food

*KFC China adds skewers and hotpot to their long list of Chinese menu items, inciting skepticism and dialogue among Chinese netizens*

P 订餐立享

限量供应



**1. HAMBURGER ROYAL TS®**

**2. FILET-O-FISH®**

**3. CHICKEN McNUGGETS® 9PC**

4. McMeal für €  
McMeal Small für €

**5. HAMBURGER ROYAL KÄSE**

**6. McRib®**

**7. McWRAP®**

8. THINNT MIZZANELLA MIT CHICKEN UND CERRY CHUCK

**9. McCHICKEN® CLASSIC**

**10. VEGGIE CLUBHOUSE**

McMeal €  
McMeal Small €

**11. BACON CLUBHOUSE CHICKEN**

McMeal €  
McMeal Small €

**12. BACON CLUBHOUSE BEEF**

McMeal €  
McMeal Small €

**13. BIG MAC**

McMeal €  
McMeal Small €

**NEU! McMENÜ®**

KLASSIKER NACH WAHL + 2 LIEBLINGS-BEILAGEN

SPARE BIS ZU %

13. BIG MAC

McMeal €  
McMeal Small €

THOMAS FRITZS

POTATO WEDGES

SNACK SALAD CLASSIC

SOFTDRINK 0,5L

KAFFEE-SPEZIALTÄT 0,2L

VIO BLAU 0,2L

BRUNGENSAFT 0,2L

KED FRUIT 0,2L

KED FRAPPE 0,2L

MILCHSAKE 0,2L



**新 愤怒红**  
热辣双层鸡排堡  
- 红色面包添加天然番茄 -



A promotional image for the 'Angry Red' burger. It features a red background with a close-up of the red Angry Bird character's face in the top left. The main focus is a double chicken burger with two thick, golden-brown fried chicken patties, fresh green lettuce, and a red sauce. The bun is a reddish-pink color. Text in the top right corner reads '新 愤怒红' (New Angry Red), '热辣双层鸡排堡' (Hot Spicy Double Chicken Burger), and '- 红色面包添加天然番茄 -' (Red bread with natural tomato).



**新 捣蛋绿**  
香煎猪扒蒸蛋  
- 绿色面包添加天然菠菜 -



A promotional image for the '捣蛋绿' burger. It features a green background with a close-up of the Green Pig character's face in the top left. The main focus is a burger with a green bun, fresh green lettuce, a fried pork chop, a steamed egg, and a white bun. The bun is a light green color. Text in the top right corner reads '新 捣蛋绿' (New捣蛋 Green), '香煎猪扒蒸蛋' (Fried Pork Chop Steamed Egg), and '- 绿色面包添加天然菠菜 -' (Green bread with natural spinach). A small logo is visible in the bottom right corner.



BEST OF GROUPON

NICHT LÄNGER VERFÜGBAR



主厨推荐

精选套餐

汤

沙拉

小食系列

比萨

牛排

现炒意面

西式饭类

饮品系列

脏脏系列

甜点系列

# 芝心 STUFFED 比萨

芝士天堂

👍+ 海鲜至尊比萨

- “炙烤澳洲牛肉比萨”所使用的原料肉为澳洲进口牛后胸肉，在国内进行了调理。
- 本页图示比萨均为大装；图示内容仅供参考，产品及包装以实物为准。

👍+ 北京潮鸭比萨

👍+ 榴莲多多比萨

👍+ 薯角培根比萨

👍+ 超级至尊比萨

+ 新奥尔良风情烤肉比萨

产品和价格如有调整恕不另行通知，详情请以餐厅实际情况为准



[사진 출처-동방조건]

**UX ist weit mehr  
als nur Design**

Instagram: @raffaelarein

# UX ist eine simple Gleichung

Kunden glücklich machen

=

Kunden kaufen mehr

=

Unternehmen ist erfolgreicher

**UX ist einfach in der Theorie,  
aber schwer in der Praxis.**

Instagram: @raffaelarein

# UX ist der Unterschied zw.

- > Apple war nicht das erste Smartphone (Nokia/ Blackberry)
- > Google war nicht die erste Suchmaschine (Firefox, Bing)
- > Facebook war nicht das erste soziale Netzwerk (MySpace)
- > Uber war nicht das erste Taxi Unternehmen (viele Taxi Firmen weltweit)

## Kategorie Gewinnern und Verlierern

Instagram: @raffaelarein

# 1) UX fokussierte Firmen outperformen den Markt mit 228%

Es gibt einen Grund warum Facebook, Apple, Google und Konsorten massiv in UX Teams investieren.

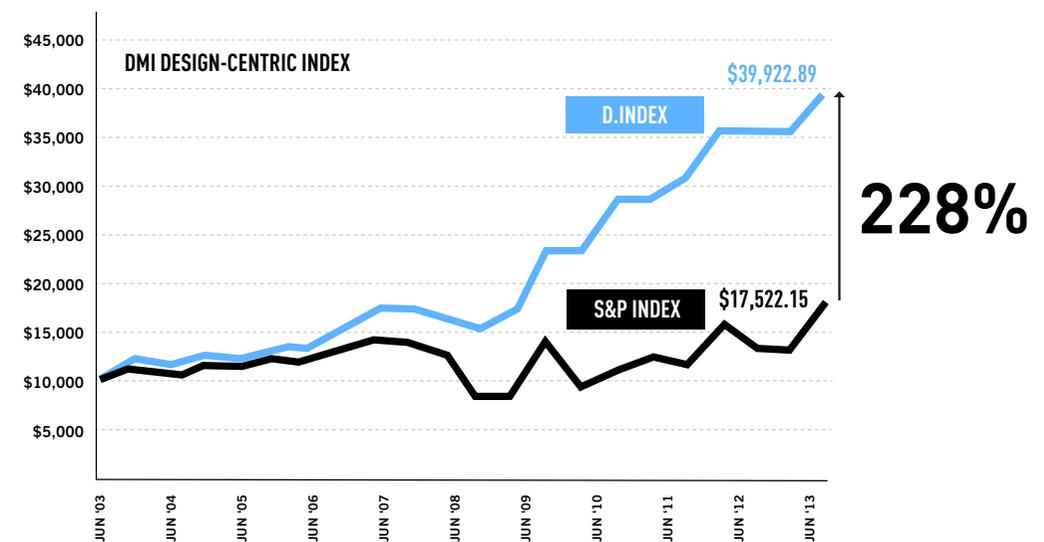
Weil sie wissen, dass es der klügste und schnellste Weg ist großartige Produkte zu bauen.

**Gute User experience ist kein “Nice-to-have. Es ist ein Must-have und Wettbewerbsvorteil.**

## DESIGN-DRIVEN COMPANIES OUTPERFORM S&P BY 228% OVER TEN YEARS

Posted by Micheal Westcott, March 10, 2014

[dmi.org/blogpost/1093220/182956/Design-Driven-Companies-Outperform-S-P-by-228-Over-Ten-Years--The-DMI-Design-Value-Index](http://dmi.org/blogpost/1093220/182956/Design-Driven-Companies-Outperform-S-P-by-228-Over-Ten-Years--The-DMI-Design-Value-Index)



# Über mich

Gründerin von **CareerFoundry & WildWildVentures**

65 Mitarbeiter, HQ Berlin, \$6m Venture Capital,

Kunden in 80+ Ländern.

Vorstand Bundesverband deutsche Startups.

Instagram/Twitter:

@raffaelarein





**BlackRock®**



GROUPON



THE  
ICONIC







CAREER**FOUNDRY**

16% DISCOUNT  
BIS DUM 30.06.2014  
CODE: JUMI

LIEBLINGSJOB  
6 MONATE  
108 UX  
ONLINEKURS

Love IT!  
- Versprochen!

Sei in 6 Monaten bereit für deinen Lieblingsjob!  
Glücklich-oder-Geld-zurück.  
Starte jetzt deinen Onlinekurs mit persönlichem Mentor.

CAREERFOUNDRY.COM



CAREERFOUNDRY

Alexand

HALTEBEREICH KURZZUG



**CAREERFOUNDRY**

A woman with brown hair and glasses, wearing a bright yellow t-shirt and dark pants, is sitting on a concrete ledge on a rooftop terrace. She is smiling and looking towards the camera. The background shows a cityscape with various buildings, including a prominent tower with a spherical top, and several tall industrial chimneys under a cloudy sky. In the foreground, there are wooden tables and benches on the terrace.

**Ich musste UX Denken Lernen  
für unser Wachstum.**

**UX funktioniert am besten,  
wenn in jedem Team ein UX  
Verständnis vorherrscht.**

**Ein paar UX Designer einstellen wird wenig bringen.**

Instagram: @raffaelarein

# UX im Alltag anwenden

> Target Persona: Ein mentales Bild des Kunden machen

Instagram: @raffaelarein

# UX im Alltag anwenden

- > **Target Persona: Ein mentales Bild des Kunden machen**
- > **Mindset Änderung: Weg von “was gefällt mir bzw. dem Chef”**

Instagram: @raffaelarein

# UX im Alltag anwenden

- > **Target Persona: Ein mentales Bild des Kunden machen**
- > **Mindset Änderung: Weg von “was gefällt mir bzw. dem Chef”**
- > **Verantwortung für Kundenerlebnis übernehmen**

Instagram: @raffaelarein

# UX im Alltag anwenden

- > **Target Persona: Ein mentales Bild des Kunden machen**
- > **Mindset Änderung: Weg von “was gefällt mir bzw. dem Chef”**
- > **Verantwortung für Kundenerlebnis übernehmen**
- > **Customer Journey: Regelmäßig durchwandern wir Kunden unser Produkt / Service erleben**

Instagram: @raffaelarein

# UX im Alltag anwenden

- > **Mindset Änderung: Weg von “was gefällt mir bzw. dem Chef”**
- > **Target Persona: Ein mentales Bild des Kunden machen**
- > **Verantwortung für Kundenerlebnis übernehmen**
- > **Customer Journey: Regelmäßig durchwandern wir Kunden unser Produkt / Service erleben**
- > **Freude an Kundendaten**

Instagram: @raffaelarein

# Danke!

**Kontakt:**

**Instagram/ Twitter: @RaffaelaRein**

**[www.raffaelarein.com](http://www.raffaelarein.com)**

**[www.vitalute.com](http://www.vitalute.com)**

