

# **Warum wir Anthropolog:innen für die Digitalisierung brauchen.**

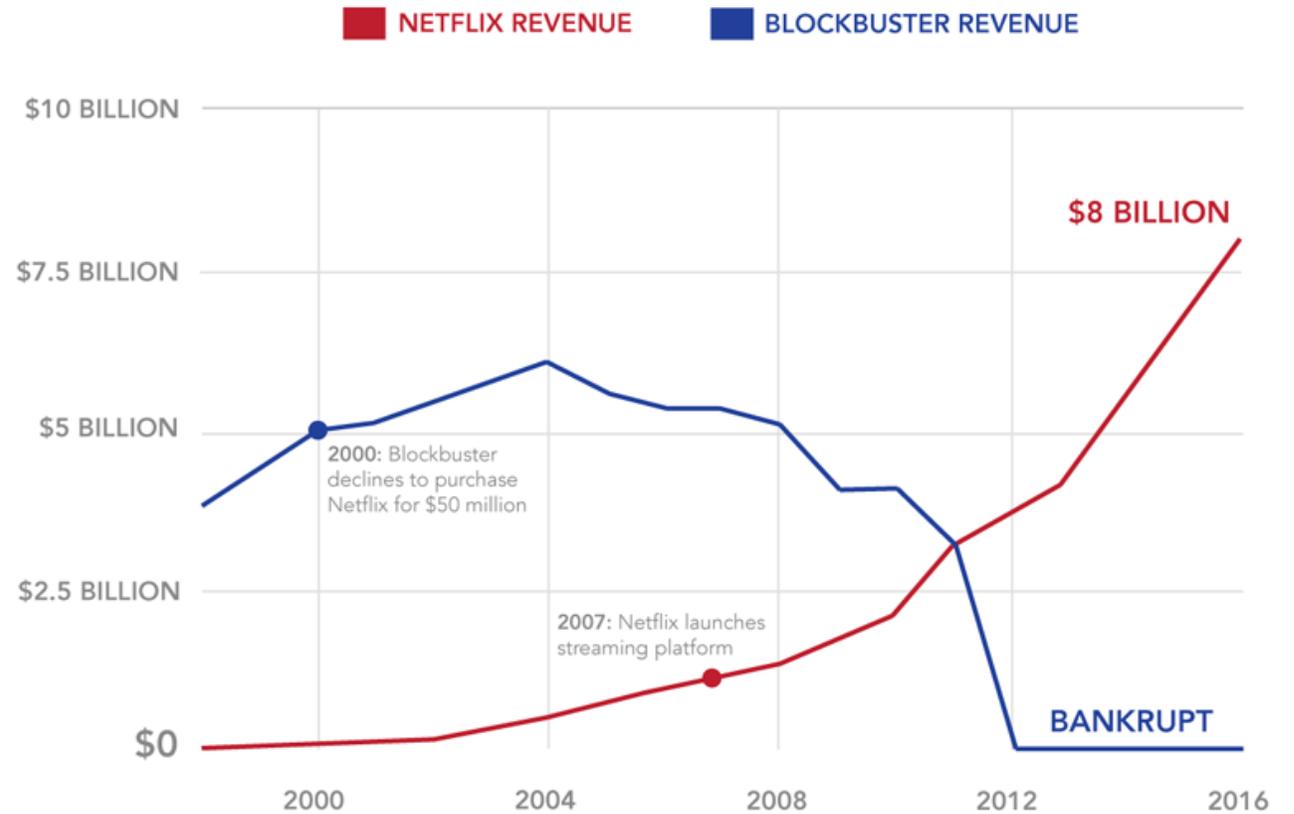
Skills und Kompetenzen, die Unternehmen jetzt aufbauen sollten

**Veränderung ist die  
neue Konstante...**



# Digitalisierung erschafft neue Realitäten

NETFLIX VS. BLOCKBUSTER (1998 - 2016)



Source: *Disrupted or Disrupter: Which One Will You Be?* (Cloud Technology Partners, 2017)

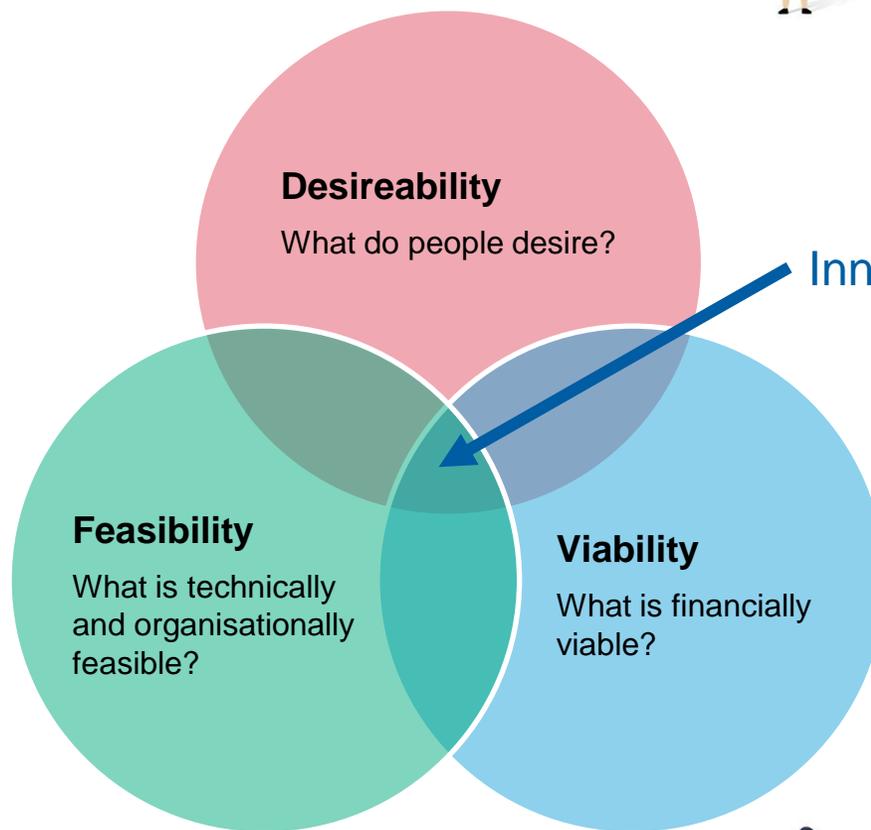
**Digitalisierung ist mehr, als nur analoge  
Lösungen digital verfügbar zu machen.**

**Es ist eine gesellschaftliche Transformation...**

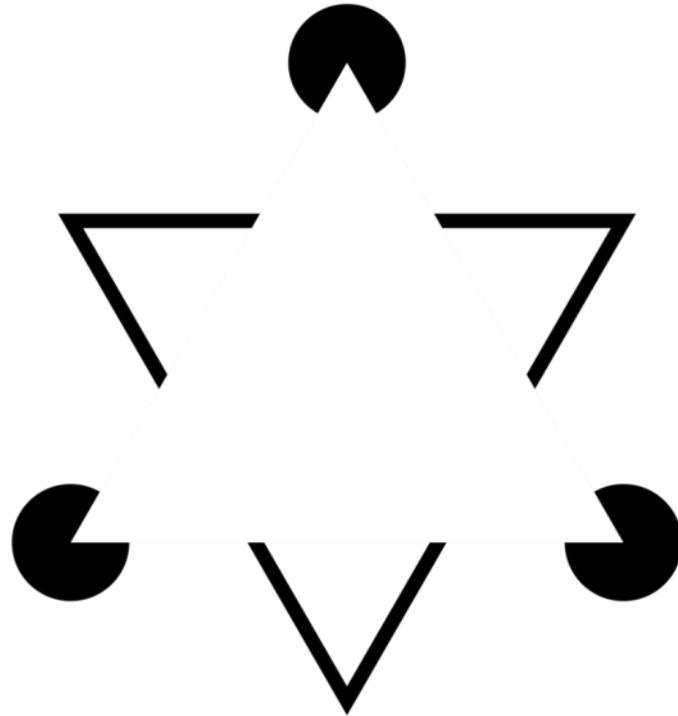
- ...betrifft alle Lebensbereiche und Arbeitswelten
- ...erzeugt neue Kund:innenerwartungen und –bedürfnisse
- ...zwingt Unternehmen zur Veränderung ihrer Produkte und Prozesse
- ...ermöglicht und braucht völlig neue Geschäftsmodelle

# Die Digitale Transformation:

# One venn to rule them all



# The eyes are useless if the mind is blind...



# Menschen sind „predictably irrational“...

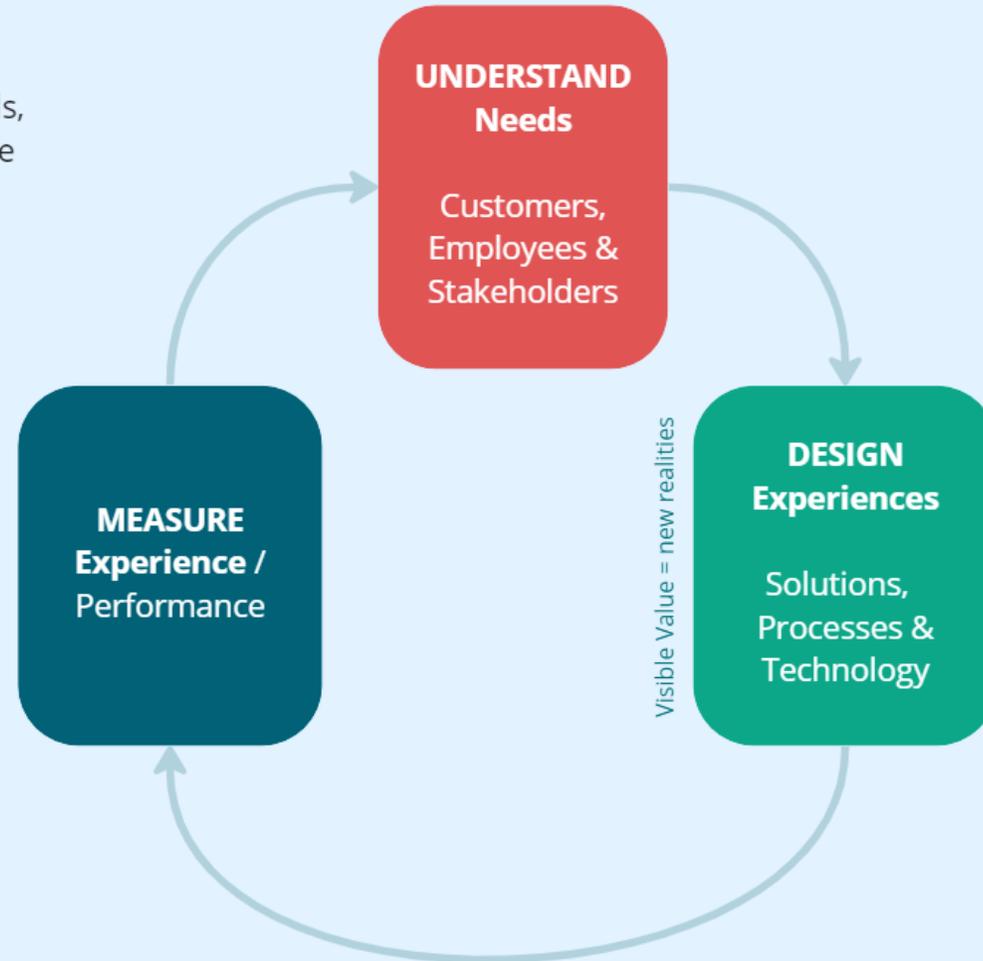


**Skills und Kompetenzen, die  
Unternehmen jetzt aufbauen  
sollten**

## TRANSFORM Culture, Organizational Structure

### SET FOCUS

Strategy,  
Business Goals,  
Brand Promise



# 1. UNDERSTAND Needs

Bedürfnisse und Verhaltensweisen von Menschen im bestehenden Ökosystem verstehen.

**Menschen** = Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Stakeholder:innen, Partner:innen

WER?

- User Researcher:innen (Background in Anthropologie, Sozialwissenschaften, Behavioral Science etc.), deren einzige Aufgabe es ist, Menschen zu verstehen.

WIE?

- Mix aus quantitativen und qualitativen Methoden
- Kollaborativ = Involvierung relevanter Stakeholder (z.B. Product Owner, Business Analysts, Projektleiter:innen)
- Fokus auf Neugier und Lernen

## 2. DESIGN Experiences

Erlebnisse gestalten, die echte Bedürfnisse und Probleme der Menschen im Ökosystem betreffen, wertschöpfend und nachhaltig machbar sind.

**Experiences** = digitale & analoge Lösungen, Prozesse, Technologie

WER?

- UX Designer:innen mit verschiedenen Schwerpunkten (Interaction Design, User Interface Design, Animation, Texting)

WIE?

- Von Journeys & Szenarios bis zu User Interface und Micro Interaction
- Iterativ und kollaborativ

## 3. MEASURE Experiences

Messen des Erfolgs neuer Lösungen und Prozesse anhand der erwarteten Effekte. Entdecken und verfolgen von Veränderungen im Verhalten der Kund:innen.

WER?

- UX Manager:innen und Data Analyst:innen, die ein ganzheitliches Bild aus verschiedenen Daten und Perspektiven zusammensetzen

WIE?

- Mit Relation zu Business KPIs und Objectives
- Storytelling statt Datenflut
- In engem Austausch mit verschiedenen Stakeholdern

## 4. SET FOCUS

Ausrichtung der Unternehmensziele und –strategie, um Kund:innen effektiv in den Mittelpunkt stellen zu können. Markenversprechen als Grundlage für Entscheidungen woran mit welchen Prinzipien gearbeitet wird.

### WER?

- CX / UX Strateg:innen, die Kund:innen- und Nutzer:innen-Sicht vertreten

### WIE?

- Involvierung in Strategie-Initiativen und Innovationsprogramme
- Design Thinking Prozesse mit Perspektivenwechsel
- Formate mit Kund:innen

# 5. TRANSFORM

## Culture & Structure

Kund:innen-zentrierte Arbeit langfristig ermöglichen durch Veränderung der Unternehmenskultur und –struktur. Barrieren abbauen, die Mitarbeiter:innen und Partner:innen von der neuen Vorgehensweise abhalten.

WER?

- Wissensmanager:innen, Change Manager:innen, Organisational Designer:innen

WIE?

- Verbreitung von Wissen rund um Kund:innen-Zentrierung
- Kontinuierliche Förderung von Mindset- und Verhaltensänderungen

## Tina Thron

Customer Experience @ UNIQA

 [linkedin.com/in/tina-thron-a708aa16/](https://www.linkedin.com/in/tina-thron-a708aa16/)

 [xing.com/profile/Tina\\_Thron/](https://www.xing.com/profile/Tina_Thron/)

**Always stay  
curious!**