

Wie eine Community App die User-Interaktion steigern konnte

AUSGANGSLAGE

Eine deutschsprachige Community App bietet einen zweiseitigen digitalen Marktplatz, um Nachbarschaftshilfen anzubieten bzw. zu finden. Die Nutzer finden die App super – dennoch sind die Transaktionen noch zu gering.

PROBLEM

Die App soll als Vermittlung zweier Nutzergruppen dienen. Obwohl die Nachfragen und Angebote innerhalb der App zueinander passen, finden die zwei Nutzergruppen über die Plattform nicht zusammen. Der Grund hierfür ist ein fehlender Informationsfluss und eine mangelnde Interaktion. Die App setzte also Push Nachrichten ein, um die jeweilige Nutzergruppen in die App zu locken. Die Kennzahlen zeigten allerdings, dass dies wirkungslos war.

VORGEHENSWEISE

- **User Engagement Messung:** App Testing aus der Nutzerperspektive und Messung des User Engagement Scores
- **User Journey Analyse:**
 1. Identifikation aller Schnittstellen der zwei Nutzergruppen
 2. Visualisierung Prozess Map inklusive Schnittstellen
 3. Bewertung prozesskritischer vs. erfolgsfördernder Schnittstellen sowie mögliche Triggerpunkte.
- **Identifikation** von Features mit hohem Einfluss auf das User Engagement sowie **Entwicklung** konkreter Maßnahmen für wirkungsvolle Interaktionspunkte in der gesamten User Journey

ERGEBNIS

Das Unternehmen kennt nun seine prozesskritischen Interaktionspunkte und kann die Push Notifications somit wirkungsvoll platzieren.

Neben den Einsatzmomenten wurden auch die Nachrichteninhalte verbessert. Das tiefgreifende Verständnis der User Journey hilft dem Unternehmen neue Funktionen an einem wirksamen Schema auszurichten, was das User Engagement begünstigt.


Die Interaktionen zwischen beiden Nutzergruppen sowie die Aktivierung der Push Nachrichten wurde gesteigert. Die App Store Bewertung stieg auf 4,9 an.





USER ENGAGEMENT EXCELLENCE

QUICK FACTS

 Community App

 Zu geringe Nutzerinteraktion, bisherige Maßnahmen erfolglos

 User Journey Analyse, Identifikation Triggerpunkte zur Steigerung des User Engagement

 Projektdauer: 3-4 Wochen

ANSPRECHPARTNER



Karsten Winkler

 karsten.winkler@kadacon.com

 +49 160 263 72 39