



4+ Wochen

User Research, Produkt- und Marktanalyse

User Experience Design & User Research
Guided E-Learning mit Mentor und Bildungsgutschein

User Research, Produkt- und Marktanalyse

BESCHREIBUNG

Was Sie erwartet

In der sich wandelnden Landschaft von User Experience (UX) Design stehen Fachkräfte immer mehr vor der Herausforderung, optimale Erfahrungen mit digitalen Produkten zu gewährleisten. Hier ist ein tiefes Verständnis von Nutzern — und für sie! — eine Grundvoraussetzung. Die UX-Forschung als ihre eigene Kompetenz und Karrieremöglichkeit spielt dabei eine wesentliche Rolle.

In diesem Kurs wirst du deine Fähigkeit entwickeln, durch UX-Forschung deine Zieldemografien besser zu verstehen und Empathie für sie in die gesamte Produktentwicklung zu integrieren. Du wirst damit in der Lage sein, innovative Lösungen zu erarbeiten, die Nutzer überzeugen und für nachhaltiges Vergnügen und Engagement sorgen.

Was Sie lernen werden

Im Kontext von User Experience (UX) Research bietet dir dieser Kurs eine intensive Auseinandersetzung mit den Schlüsselkonzepten und -methoden, die für die Gewinnung wertvoller Erkenntnisse und Gestaltung wirkungsvoller digitaler Erlebnisse unerlässlich sind. Bis zum Abschluss des Kurses wirst du mithilfe modernster Techniken und Methoden aus der UX-Forschung ein Schlüsselakteur in der Entwicklung menschenzentrierter Produkte sein.

Im Mittelpunkt des Curriculums stehen die Formulierung von robusten Forschungsstrategien und Fragestellungen und die Auswahl geeigneter Forschungs- und Datenerhebungsmethoden. Von Nutzerinterviews bis hin zu Usability-Testing und Storytelling sammelst du praktische Erfahrungen in der Erfassung und aussagekräftigen Zusammenfassung von qualitativen und quantitativen Daten.

Ein roter Faden im Kurs ist die Entwicklung von Empathie. Umfassende Übungen, wie z.B. Empathie-Mapping und die Analyse der User Journeys, fördern dein holistisches Verständnis von Nutzererfahrungen, was dich zur Erarbeitung von höchst relevanten Lösungsansätzen befähigt.

Auf dieser Lernreise bist du aber nicht allein: Erfahrene Mentoren stehen dir stets zur Seite. Durch Mentoring-Stunden kannst du ihre Expertise ausschöpfen, um individuelles Feedback zu erhalten, komplexe Herausforderungen zu bewältigen und deine Kenntnisse zu schärfen.

Egal ob es um unerfüllte Nutzeranforderungen, die Validierung von Designhypothesen oder die informierte Entscheidungsfindung geht, du wirst eine wichtige Rolle in der Vertretung der Nutzerstimme sowie in der digitalen Innovation spielen.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

BESCHREIBUNG

Wer teilnehmen sollte

Der Online-Kurs "User Research, Produkt- und Marktanalyse" richtet sich an:

- **Arbeitssuchende**, die Ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt erhöhen oder sich für einen neuen Job qualifizieren wollen.
- **Berufsumsteiger**, die sich neu orientieren, ihre Berufsaussichten verbessern oder ihre Karriere voranbringen wollen.
- **Berufseinsteiger**, die über eine abgeschlossene Schul- oder Berufsausbildung verfügen, sich zukunftsfähig aufstellen und erfolgreich ins Berufsleben starten oder ein Studium anstreben wollen.
- Menschen, die in **Unternehmen, Agenturen** und **Beratungen** an der **Entwicklung von Websites, Apps** und **Software** arbeiten oder arbeiten wollen.
- Menschen, die im Umfeld von **Design, Marketing, Medien, IT, Management, Beratung** und **Kundenservice** unterwegs sind oder es sein wollen.
- Menschen, die sich auf **User Experience Design** spezialisieren und solides praktisches Wissen erwerben wollen.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

CURRICULUM

Modul 1- UX-GRUNDLAGEN

Grundlagen von User Experience und Usability

Ein tiefes Verständnis von den Branchen von Usability und User Experience entwickeln. Die Begriffe, Ziele und den Hintergrund der Branche definieren.

UX Designprozess und -methoden

Den iterativen UX-Designlebenszyklus kennenlernen – von Nutzerforschung bis hin zur Lieferung von Ergebnissen.

Fallstudie zum Mehrwert von Nutzerforschung

Den Mehrwert von User Experience durch praktische Beispiele verstehen. Analysieren, wie Forschungsergebnisse die Ausrichtungen vom Produktdesign beeinflussen und wie Designentscheidungen dabei helfen, Nutzeranforderungen besser zu erfüllen.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

CURRICULUM

Modul 2 - GENERATIVE FORSCHUNG

Datenerhebungsmethoden

Qualitative Methoden, wie z.B. Nutzerinterviews, ethnografische Studien und andere Datenerhebungsmethoden beherrschen. Kompetenzen in der Gestaltung von Umfragen entwickeln, um quantitative Nutzererkenntnisse zu gewinnen und Annahmen zu validieren.

Methoden der Datensynthese

Techniken für die Datenanalyse sowie die Umwandlung von Rohforschungsdaten in aussagekräftige Erkenntnisse üben. Kenntnisse in der visuellen Darstellung von Nutzeraffinitäten, -personas und Pain Points erwerben.

Berichterstattung und Kommunikation von Erkenntnissen

Strategien für die Zusammenfassung und das Präsentieren von Forschungsergebnissen üben. Narrative Storytelling-Fähigkeiten aufbauen, um Erkenntnisse und Empfehlungen so zu kommunizieren, dass sie bei Stakeholdern Resonanz finden.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

CURRICULUM

Modul 3 - BEWERTENDE FORSCHUNG

Unternehmensstrategien

Dir einen Überblick über die bewertende Forschung verschaffen, mit einem Fokus auf die Bewertung und Optimierung bestehender Nutzererfahrungen durch stringentes Testing und Bemessen über Produktlebenszyklen hinweg.

Qualitative Datenmethoden

Usability-Testing, Expertenrezensionen, Kartensortierungen und Tree-Testing durchführen. Tiefgehendes qualitatives Feedback zu spezifischen Produkthaspekten einholen, um Probleme festzustellen und Optimierungspotenziale zu identifizieren.

Quantitative Datenmethoden

Webanalytik, A/B-Testing, Nutzerverhaltensanalytik und weitere quantitative Techniken beherrschen, um Erfahrungsperformance zu bewerten, Hypothesen zu validieren und Optimierungsfelder zu identifizieren.

Produktmetriken & ROI

Key-Performance-Indikatoren und Metrik-Rahmenwerke definieren, um die geschäftlichen Auswirkungen eines Produkts zu bewerten. ROI von UX-Investitionen berechnen, indem du qualitative und quantitative Ergebnisse mit den Produkt-KPIs in Zusammenhang bringst.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

CURRICULUM

Modul 4 - MARKTANALYSE UND MARKTEINSICHTEN

Einführung in die Marktanalyse und Marktberichterstattung

Die Wichtigkeit von umfassender Marktanalyse bei der Entwicklung einer Produktstrategie verstehen. Rahmenwerke für die gründliche Wettbewerbsanalyse und Bewertung von Marktchancen kennenlernen.

Wettbewerbsanalyse

Techniken wie Feature-Analyse, User-Experience-Audits und SWOT-Bewertungen beherrschen, um eine 360-Grad-Verständnis von Konkurrentenprodukten, -stärken und -schwächen zu entwickeln.

Produkt-Scope und -Roadmap

Markttrends, Nutzeranforderungen und Wettbewerbseinsichten ausschöpfen, um Produkt-Roadmaps und Positionierungsstrategien zu entwickeln, die Angebote differenzieren und Marktanteile erobern.

Markteinsichten und Nutzendarstellungen

Die Fähigkeit entwickeln, Analyseergebnisse in überzeugenden Berichten zusammenzufassen, die die Marktlandschaft, Produktmöglichkeiten sowie strategische Empfehlungen auf eine überzeugende und datengetriebene Art und Weise darstellen.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

ZAHLEN & FAKTEN

Sprache: Deutsch

Max. Teilnehmer: 12

Dauer: 4+ Wochen

Umfang: 120 Stunden / 160 Unterrichtseinheiten

Aufwand: 10-40 Stunden je Woche

Preis mit Bildungsgutschein: € 0

Preis für Selbstzahler: € 2.240,00

Sprache: Deutsch

Storno: Bis 14 Tage nach Beginn der Weiterbildung kostenlos

Zufriedenheitsgarantie: 14 Tage ausprobieren und ohne Risiko testen

ZERTIFIKAT

Bei erfolgreicher Teilnahme wird zum Abschluss der Weiterbildung das Zertifikat „*User Research, Produkt- und Marktanalyse*“ des XDi – Experience Design Instituts vergeben.

ENTHALTENE LEISTUNGEN

- International anerkanntes Zertifikat
- Praxis mit Mentor
- Eigenes Projekt mit Portfolio
- Persönliches Mentoring
- 15 Stunden Videomaterial
- Hochwertige Schulungsunterlagen in digitaler Form
- Zahlreiche Templates für die tägliche Arbeit
- Jede Menge Best Practices und Online-Ressourcen
- Community für den Austausch und die Diskussion mit anderen Teilnehmern
- Links, Literatur und Tooltips

User Research, Produkt- und Marktanalyse



MENTOR



Christopher Leineweber

Lead Product Designer, Design Consultant & Lecturer

Christopher hat seine Karriere als UX Designer im Agenturumfeld begonnen, überwiegend auf Volkswagen als Kunden. Nach einiger Zeit wechselte er zur Digitalagentur der Commerzbank. Es folgte ein Zwischenstopp im Innovation Lab von Dr. Oetker mit Fokus auf Design Research und Inkubationen. Danach kümmerte er sich um ein Team von interdisziplinären Designer:innen im Startup der Deutschen Bank, bis er in den Konzern übernommen wurde.

MENTOR



Anke Friedrich

Kommunikationsdesignerin & Art Director

Anke Friedrich studierte Kommunikationsdesign an der Fachhochschule Düsseldorf und arbeitet seit 2012 als feste, sowie freie Kreative für verschiedene Agenturen in Deutschland. Ihre Hauptinteressen liegen im Corporate- und Branddesign, sowie in der UX/UI Konzeption digitaler Produkte. In der Vergangenheit hat sie außerdem viele Erfahrungen im Bereich von Digitalisierungsprozessen in der Packagingentwicklung gesammelt. Es macht ihr Spaß immer wieder über den Tellerrand zu blicken, um möglichst gute, nachhaltige Nutzererlebnisse zu schaffen.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

MENTOR



Stefan Schmitt

Diplom-Designer, Systemischer Management-Coach, Trainer, Mentor, Autor und Entrepreneur

Stefan ist Experience Designer, XD-Trainer und Systemischer Management Coach. Er ist leidenschaftlicher Designer und ständig auf der Suche nach Ideen, Wegen und Lösungen, um die Welt zu einem besseren Ort zu machen.

Er arbeitete fast 20 Jahre als Freelance Designer und Berater für internationale Unternehmen und Agenturen. 2014 hat er das XDi – Experience Design Institut gegründet, um Menschen dabei zu helfen, innovative, intelligente und menschenfreundliche Produkte, Dienstleistungen und Systeme zu schaffen.

IHRE BENEFITS

- Erstklassige Mentoren mit ausgeprägtem Praxiswissen und langjähriger praktischer Erfahrung im internationalen Kontext
- Lerninhalte didaktisch aufbereitet und kreativ umgesetzt
- Theoretisch fundiertes Wissen praktisch anwenden
- Erstklassige Inhalte immer up-to-date
- Neueste Ergebnisse der Gehirn-Forschung nutzen
- Coaching- und Mentaltraining-Methoden integriert
- Auf neurowissenschaftlich fundierten Prinzipien basierend
- Umfangreiche Seminarunterlagen mit vielen weiteren Tipps, Tricks & Links
- Persönlicher, ungezwungener Umgang
- Mit Bildungsgutschein der AA
- AZAV- & ZFU-Zertifiziert

UNSER MEHRWERT

Das XDi setzt auf neue, interaktive Lehr- und Bildungsformate, die sich an den aktuellen Erkenntnissen der Hirnforschung orientieren. Unser Credo ist „Learning by Doing“ – die Teilnehmer unserer Weiterbildungen lernen die Anwendung relevanter Methoden und Techniken anhand, praktischer Übungen in realitätsnahen Projekten mit Unterstützung eines persönlichen Mentors.

User Research, Produkt- und Marktanalyse

ZERTIFIZIERUNGEN



BEWERTUNGEN



User Research, Produkt- und Marktanalyse



TEILNEHMERSTIMMEN

„Die Aufteilung der Lerninhalte in Text, Video, Quiz, praktische Aufgabe und Feedback Gespräch mit Geza haben mich sehr motiviert und die Fülle an Informationen wunderbar vermittelt. Die Zeit hat viel Spaß gemacht, ich konnte vieles bereits auf Arbeit anwenden. Großes Lob für die Umsetzung.“
- Nico Keilwagen

„Die Weiterbildung ermöglicht jemanden mit 0 Wissen von Grund auf zu Lernen. Nach erfolgreichem Abschluss, sind Sie in der Lage Webseiten, Apps und Marketing Konzepte selbstständig zu meistern.“
- Alessandro Dönicke

„Dank XDi habe ich einen umfangreichen und strukturierten Einblick im UX-Prozess erhalten, welcher für die erfolgreiche Jobsuche von entscheidender Bedeutung war. Herzlichen Dank!“ - Roberto Dei Lidi

Mir hat gut gefallen, dass man in seinem eigenen Tempo den Inhalt erlernen und die Aufgaben lösen konnte, die Chance mit anderen Teilnehmern oder dem Mentor über Slack zu kommunizieren, das machte die Kommunikation einfacher und schnell und man konnte sich bei Fragen schnell Tipps einholen. Außerdem die vielen praktischen Aufgaben, weil man erst durch sie wirklich in Kontakt mit einer neuen Thematik oder einem Programm kommt und viel mitnehmen kann.“
- Aylin Hackenberg

REFERENZEN

Weitere Referenzen und Teilnehmerstimmen auf xd-i.com/referenzen

otto group



Handelsblatt



DAIMLER

BOSS
HUGO BOSS



CHECK24



Allianz

MITGLIEDSCHAFTEN

