Ein Schwerpunkt des Kompetenzerwerbs im Lernfeld 3 ist die benutzerfreundliche Gestaltung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss im Online-Vertrieb (Checkout-Prozess). Die in der Lernsituation 3.3b abgebildete Kernkompetenz umfasst die Analyse, Identifikation sowie Festlegung von Anforderungskriterien für eine benutzerfreundlichen Gestaltung einer mobilen App, über die die Nutzer Käufe tätigen können. Die Lernsituation fordert die Schülerinnen und Schüler auf, die App des Modellunternehmens im Vergleich mit mobilen Applikationen anderer Unternehmen unter dem Aspekt der Benutzerfreundlichkeit zu analysieren (Anwendungs-Know-how). Auf der Basis von Best-Practice-Beispielen formulieren die Schülerinnen und Schüler Kriterien zur Überprüfung der Benutzerfreundlichkeit und leiten erforderliche Maßnahmen zur Verbesserung der mobilen App ab (Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how). In den exemplarischen Unterrichtsmaterialien ist ein Beispiel für einen Kriterienkatalog (Checkliste) enthalten.

Während der Bearbeitung der LS 3.3b erkennen die Schülerinnen und Schüler die Wichtigkeit einer optimalen Nutzerführung zur Verringerung von Abbrüchen des Kaufvorganges.

Die Lernsituation 3.3b baut auf der Lernsituation 2.2 (Vorbereitung einer kundenorientierten, verkaufsfördernden und barrierefreien Online-Produktpräsentation) auf, indem dort erworbene Kompetenzen berücksichtigt werden. Ihre informatischen Grundkenntnisse erweitern die Schülerinnen und Schüler durch die Thematisierung grundsätzlicher Funktionen einer App und der Grundlagen des responsive Webdesign. Diese Kenntnisse werden im Lernfeld 9 (Analyse und Auswahl zusätzlicher Vertriebskanäle) erweitert.

Aufgrund der zunehmenden Bedeutung des Mobile Commerce als Teilgebiet des E-Commerce wurde die App-Gestaltung für die Entwicklung einer Lernsituation gewählt. Ein Vergleich mit der Gestaltung von Online-Shops bei Nutzung des Desktop PC ist im Rahmen der vollständigen Handlung als Vertiefung vorgesehen.

Die Lernsituation ist bewusst offen formuliert und lässt so Spielräume für weitere Festlegungen vor Ort. Je nach gewähltem (Modell-)Unternehmen und Produkt werden sich die Schülerinnen und Schüler im Rahmen der Lernsituation mit den Anforderungen an die benutzerfreundliche Gestaltung der Verkaufsprozesse im Bereich B2C oder im Bereich B2B beschäftigen. In einer Vertiefungsphase am Ende der Lernsituation können sie die Übertragbarkeit ihrer Ergebnisse prüfen.

Während der gesamten Lernsituation wird die kommunikative Kompetenz und Teamorientierung der Schülerinnen und Schüler gestärkt sowie die selbstständige Informationserarbeitung und -verarbeitung und Reflexion des Arbeitsprozesses und der -ergebnisse unterstützt. Die Lernsituation fördert den selbstständigen und sicheren Umgang mit digitalen Medien zur Unterstützung der Arbeits- und Lernprozesse (Planungstool, Kollaborationssoftware, Lernmanagement-System).

Die in Folgenden beschriebene Lehr-/Lernprozessgestaltung sieht vor, dass die Schülerinnen und Schüler für die Bearbeitung der Problemstellung neben Informationsquellen zu Gestaltungskriterien und zum Checkout-Prozess auf Praxisbeispiele für mobile Apps (Best Cases, Bad Cases) zurückgreifen. Eine weitere Vorgehensweise in der betrieblichen Praxis ist es, Nutzer aus der Zielgruppe oder Experten in die Entwicklung und/oder Bewertung von Konzepten und Ideen einzubeziehen. Dieses Szenario könnte im Rahmen der Lernsituation durch ein bildungsgangübergreifendes Projekt und in Kooperation mit Ausbildungsbetrieben realisiert werden.

|  |
| --- |
| **Strukturierung der Lernsituation über die vollständige Handlung** |
| **Handlungsphasen der Lerngruppe** | **Mögliche Methoden, Medien, Arbeits- und Sozialformen** |
| **Analysieren** | * Problemstellung gemäß Einstiegsszenario erfassen
* Problemabgrenzung durch Ableitung der konkreten Arbeitsaufträge

(🡪 Analyse von mobilen Applikationen; Sammlung von Kriterien zur Benutzerfreundlichkeit; Ableiten von konkreten Maßnahmen) * Handlungsprodukte definieren: Kriterienkatalog zur Benutzerfreundlichkeit und Auflistung erforderlicher Maßnahmen zur Optimierung der vorhandenen mobilen App des Unternehmens
 | * Plenumsgespräch
* Schüleraktivität
* Whiteboard
* Beamer
* mobile Endgeräte
 |
| **Planen** | * Zeitrahmen für die Bearbeitung des Arbeitsauftrages für alle verbindlich definieren
* Teams für die Partnerarbeit (Pair-Phase) bilden
* Gruppenzusammensetzung auf Basis von jeweils zwei Duetten vornehmen (Share-Phase)
* Arbeitsprozesse für die Einzel-, Partner- und Gruppenarbeitsphase planen (Think-Pair-Share), insbesondere Auswahl von verschiedenen zu analysierenden Apps
* Verantwortlichkeiten innerhalb der zusammengesetzten Gruppe bestimmen
* Informationsquellen recherchieren und Fundstellen dokumentieren
* Formen der Ergebnissicherung und Präsentation der finalen Handlungsprodukte festlegen
* Zeitrahmen für die einzelnen Arbeitsschritte absprechen
 | * Planungstools (wie, „Wunderlist“, „Evernote“)
* Internetrecherche zum Auffinden von Informationsquellen (auch: Rezensionen, Best- und Bad-Cases)
* Plenumsarbeit
* Partnerteams
* Gruppenarbeit
* mobile Endgeräte
 |
| **Durchführen (1)** | * Anbahnung und Abwicklung des Verkaufsprozesses von Produkten über verschiedene mobile Apps unter folgenden Gesichtspunkten analysieren:
* grundsätzliche Funktionen der App
* responsives Webdesign
* haptische Elemente der mobilen Startseite und Navigationsmöglichkeiten
* Kategorieseiten
* Markierungsmöglichkeiten von Produkten
* Angebot von Hilfetools
* Quick View (Vorschau oder Anspielmöglichkeiten)
* Formulargestaltung
* Gestaltung Checkout-Prozess
* Ergebnisse aus der Analyse mit der/dem Partner/in abgleichen
* Kriterien zur Benutzerfreundlichkeit ableiten und dokumentieren
* Ergebnisse aus der Partnerarbeit den anderen Teammitgliedern der jeweiligen anderen Gruppe präsentieren und einen gemeinsamen Gruppenkonsens finden
* Ergebnispräsentation des Gruppenkonsens
 | * Einzelarbeit (Think)
* selbstgewählte mobile Applikationen
* mobile Endgeräte
* Partnerarbeit (Pair)
* Dokumentationsmöglichkeiten (via Cloud, Flipchart, „Evernote“)
* Gruppenarbeitsphase (Share)
* Museumsrundgang (auch digital)
* Plenumsarbeit
 |
| **Kontrollieren****Bewerten** | * Verifizieren des Kriterienkatalogs durch Einsatz des Katalogs bei einer positiv bewerteten Shopping-App in Einzelarbeit (Think) und Abstimmung innerhalb der Gruppe (Share)
 | * Festlegung einer zu prüfenden App
* Kriterienkatalog (Checkliste)
* Einzelarbeit
* Gruppenarbeit
 |
| **Durchführen (2)** | * Ableiten von Maßnahmen zur Optimierung der eigenen mobilen App des Unternehmens auf Basis der zuvor formulierten Kriterien unter Berücksichtigung der betrieblich notwendigen Schnittstellen zu anderen Abteilungen (z.B. zur IT- und Controlling-Abteilung)
 | * Gruppenarbeit
* Plenumsarbeit
 |
| **Reflektieren** | * Beurteilung relevanter Erfolgsfaktoren für die Akzeptanz von Apps im Rahmen des Verkaufsprozesses anhand der Kriterien Kundenbindung und Benutzerfreundlichkeit
* Bedeutung der gewonnen Daten für weitere E-Commerce-Aktivitäten
* Reflektion der Arbeitsphasen und Lernprozesse sowie der Arbeitsergebnisse
 | * Plenumsarbeit
* Reflexionsbogen
 |
| **Vertiefung** | * Identifikation von wesentlichen Vorteilen einer App gegenüber der konventionellen Shop-Ansicht
* Vergleich B2B und B2C hinsichtlich der Anforderungen an eine benutzerfreundliche Gestaltung der Verkaufsprozesse im Online-Vertrieb
 |  |

Autorenteam:

M. Winkler, Kaufmannsschule I Hagen; M. Hugot, Ludwig-Erhard-BK Münster;

B. Kettner, BK Siegburg; B. Kretschmer, Reinard-Mohn-BK Gütersloh