|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1. Ausbildungsjahr** | Kauffrau/Kaufmann im E-Commerce | |
| **Bündelungsfach** | Geschäftsprozesse | |
| **Lernfeld 3** | Verträge im Online-Vertrieb anbahnen und bearbeiten | |
| **Lernsituation 3.3b** | Verkaufsprozesse unter dem Aspekt der Benutzerfreundlichkeit analysieren (ca. 20 UStd.) | |
| Einstiegsszenario  Im Tagesmeeting der Abteilung „E-Commerce“ werden Nutzerzahlen der Webseite als zufriedenstellend bewertet. Im Gegensatz dazu wird die neue mobile App gering frequentiert. Die Rezessionen im Play- bzw. App-Store sind niederschmetternd (max. 2,4 Sterne). Die Schülerinnen und Schüler erhalten den Auftrag bereits vorhandene mobile Applikationen auf Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Anwendbarkeit zu untersuchen. Daraus leiten sie Kriterien zur benutzerfreundlichen Gestaltung der Verkaufsprozesse ab und initiieren entsprechende Maßnahmen zur Optimierung der neuen mobilen App des Unternehmens. | | Handlungsprodukt/Lernergebnis   * Kriterienkatalog für eine benutzerfreundliche Gestaltung von Verkaufsprozessen über eine mobile App * Auflistung erforderlicher Maßnahmen zur Optimierung der vorhandenen App des Unternehmens.   ggf. Hinweise zur Lernerfolgsüberprüfung und Leistungsbewertung   * Bewertung des Kriterienkataloges * Bewertung der abgeleiteten Optimierungsmaßnahmen |
| Wesentliche Kompetenzen  Die Schülerinnen und Schüler   * planen ihr Vorgehen auf Basis der Analyse der Problemstellung unter Nutzung eines Planungstools. * analysieren den Verkaufsprozess von Produkten über die mobile App des Modellunternehmens unter dem Aspekt der Benutzerfreundlichkeit im Vergleich mit mobilen Applikationen anderer Unternehmen (Best- und Bad-Cases). * sind sicher im Umgang mit digitalen Medien in Bezug auf mobile Applikationen. * formulieren Kriterien zur Überprüfung der Benutzerfreundlichkeit zwecks Verbesserung der Prozessschritte bis zum Vertragsabschluss (Checkout-Prozess). * identifizieren auf der Basis der zuvor formulierten Kriterien Schwachstellen der vorhandenen mobilen App des Unternehmens und leiten erforderliche Maßnahmen zur Optimierung ab. Dabei beachten sie die notwendigen Schnittstellen zu anderen Abteilungen (z.B. zur IT- und Controlling-Abteilung). * informieren sich über die Absprungrate als eine Kennzahl zur Bewertung der Benutzerfreundlichkeit des Kaufprozesses * beurteilen ihre Entscheidungen bei der Gestaltung des Verkaufsprozesses im Online-Vertrieb anhand der Kriterien Benutzerfreundlichkeit und Kundenbindung und reflektieren die strategische Bedeutung der im Verkaufsprozess gewonnenen Daten für ihre weiteren E-Commerce-Aktivitäten. | | Konkretisierung der Inhalte   * grundsätzliche Funktionen einer App * Grundlagen des responsive Webdesign * Navigationsmöglichkeiten innerhalb der App (Nutzung per Touchscreen) * haptische Elemente einer Startseite * Kategorieseiten (Sortier- & Filterfunktion) * Hilfefunktionen (z. B. Hilfetexte, Telefon-Hotline) * Markierungsmöglichkeiten von Produkten * Schnell-Ansicht, Vorschau oder Anspielmöglichkeiten * Formulargestaltung   + Listenfelder   + autocomplete (Adresse)   + nicht mehr Informationsabfragen als notwendig   + interaktive Elemente bevorzugen   + persistente Daten (Daten bleiben auch beim nächsten Klick erhalten) * Gestaltung des Checkout-Prozesses:   + Warenkorbansicht (z. B. Aufbau, Angaben zu Lieferung und Zahlung)   + Auswahl an Benutzerzugängen (Gastzugang, Neuanmeldung)   + Fortschrittsanzeige   + Checkout-Methoden (z. B. Multistep- oder One-Page-Check-out)   + Design der Seite zur Auswahl der Versandmöglichkeit und des Bezahlverfahrens   + Bestätigungsmail   + aussagekräftige Fehlermeldungen * geringe Benutzerfreundlichkeit als ein Grund für den Abbruch des Kaufvorganges * Absprungrate (Definition, Ermittlung, Aussagekraft) * Zusatznutzen der mobilen App für Kunden |
| Lern- und Arbeitstechniken   * Think-Pair-Share * Arbeitsplanung und Zielplanung unter Nutzung eines Planungstools * selbstständige Informationsbeschaffung im Internet (App-Analyse) * Präsentationsgestaltung inkl. interaktiver Bearbeitung der Ergebnisse * gemeinsame Ergebnissicherung in Kollaborationspapieren * Anwendung von Grundlagen zu Dateiformaten für den Datenaustausch * Einsetzen von Groupware (virtuelle Lehr-Lern-Umgebung) für den kooperativen Unterricht außerhalb des Klassenzimmers (Cloudplattforum) * Reflexion der Arbeitsprozesse im Hinblick auf Zeitmanagement und Zielorientierung * Reflexion der Arbeitsergebnisse im Hinblick auf Informationsgehalt, Aktualität und Stichhaltigkeit * Reflexion über die Auswirkungen des Einsatzes intelligenter Systeme auf die Aufgaben und Tätigkeiten im jeweiligen Beruf | | |
| Unterrichtsmaterialien/Fundstelle   * **Mobile App des Modellunternehmens** * **Rezensionen & mobile Apps in diversen App-Stores (Best- und Bad-Cases)** * Informationen zu Bewertungskriterien & Check-Out-Prozess   Internetauftritte, zum Beispiel:  <https://www.ecommerce-werkstatt.de/magazin/wp-content/uploads/2015/05/Checkliste-Onlineshop.pdf>  <https://www.eresult.de/ux-wissen/forschungsbeitraege/einzelansicht/news/app-usability-herausforderungen-und-guidelines/>  <https://www.quantic-digital.de/news-blog/die-10-richtlinien-fuer-benutzerfreundliche-mobile-apps>  <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/798513/umfrage/gruende-fuer-den-abbruch-des-kaufvorgangs-im-mobile-commerce-in-deutschland/>  Literatur, u. a. Kollewe, T./Keukert, M. (2016): Praxiswissen E-Commerce – Das Handbuch für den erfolgreichen Onlineshop, Heidelberg.  (Seiten: 125 – 150; 200 – 234) | | |
| Organisatorische Hinweise  Unterrichtsraum mit WLAN und Beamer und der Möglichkeit Arbeitsbereiche für die einzelnen Gruppen zu bilden, mobile Endgeräte, Laptop, Cloudplattform | | |

Medienkompetenz, Anwendungs-Know-how, Informatische Grundkenntnisse

Autorenteam:

M. Winkler, Kaufmannsschule I Hagen; M. Hugot, Ludwig-Erhard-BK Münster; B. Kettner, BK Siegburg; B. Kretschmer, Reinard-Mohn-BK Gütersloh