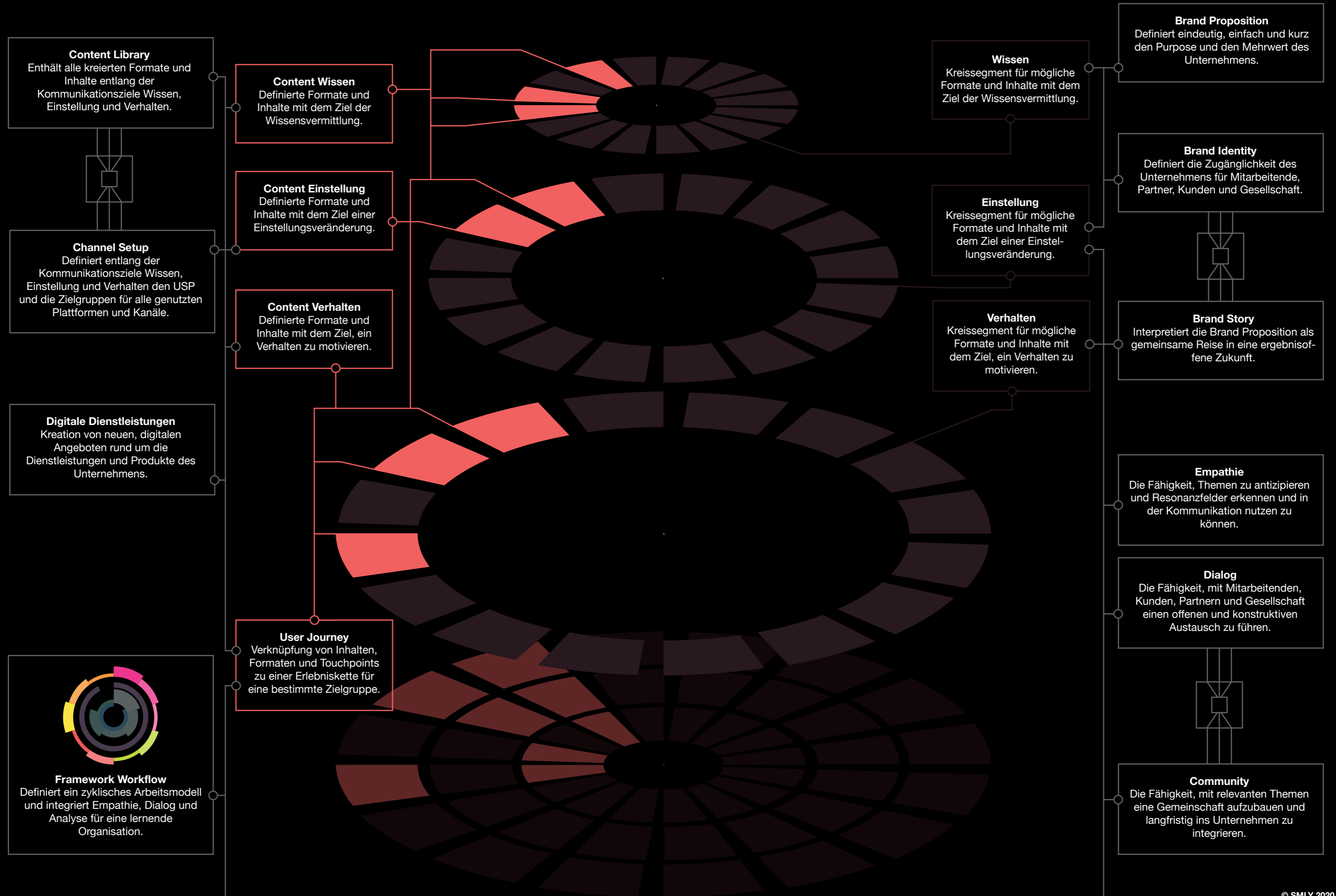


Die UX Map von SMLY



Die UX Map von SMLY

Die UX Map ist ein Tool unseres Frameworks und dient der Visualisierung von User Journeys anhand der Kommunikationsziele, Touchpoints, Formate und Inhalte. Sie schafft so ein gemeinsames Verständnis für alle kommunikativen Aktivitäten in einem Unternehmen. Mit der UX Map können langfristige Multi-Channel-Massnahmen aufgeschlüsselt und übersichtlich dargestellt werden. Oder sie hilft, mit kurzfristigen Massnahmen auf aktuelle Trends zu reagieren.

Funktion und Nutzen

Die UX Map bildet auf drei konzentrischen Kreisen die Kommunikationsziele Wissen, Einstellung und Verhalten für eine bestimmte Zielgruppe ab. Bei der Entwicklung einer Story werden in den einzelnen Kreisen Inhalte und Formate platziert und ihnen Plattformen und Kanäle zugewiesen. Mit der Verknüpfung der verschiedenen Elemente auf der UX Map werden anschliessend die User Journeys innerhalb der Story visualisiert. Diese Visualisierung dient als Grundlage für die weitere Konzeption und Planung der Massnahmen.

Dieses Vorgehen hat gleich mehrere Vorteile. Einerseits schafft es von der Kreation über die Konzeption und Planung bis hin zur Umsetzung ein gemeinsames Verständnis der kommunikativen Massnahmen. Dies erhöht die Transparenz, erleichtert den Informationsfluss und führt nicht zuletzt zu einer Effizienzsteigerung. Andererseits lassen sich mit der UX Map komplexe Abläufe mehrdimensional erfassen und strukturieren. Bei wiederholter Anwendung dieses Vorgehens lassen sich direkte Vergleiche ziehen und so Optimierungspotenzial eruieren.

Die UX Map im Überblick

- Übersichtliche und intuitiv erfassbare Visualisierung der Konzeption von Massnahmen.
- Effizientes Tool für Konzeption und Planung sowie für Analyse von Channel Setup, Content Library und Zielgruppen.
- Etabliert mit dem Story-First-Prinzip eine revolutionäre Form der Integrierten Kommunikation
- Ermöglicht eine relevante und resonanzfähige Kommunikation.
- Effizientes und bei vielen Kommunikationsprozessen anwendbares Tool.
- Ideal für eine integrierte und übergreifende Arbeitsweise im Unternehmen.
- Breit im Unternehmen anwendbar und einfach erlernbar.

Anwendungen

Konzeption von Massnahmen

Ob bei umfassenden, langfristigen Massnahmen wie bei der Integrierten Kommunikation oder bei einzelnen, mittelfristigen Massnahmen wie beim Content Marketing oder Social Media Marketing ist die Komplexität aufgrund der gegenseitigen Verknüpfung und Abhängigkeiten der einzelnen Inhalte gross. Umso anspruchsvoller ist es, ein konsistentes Erscheinungsbild gegen innen und nach aussen zu wahren und die geplanten Massnahmen entsprechend aufeinander abzustimmen und zu koordinieren.

Die UX Map erlaubt es, einen einfachen und intuitiv leicht erfassbaren Überblick über mehrphasige, parallellaufende und miteinander verknüpfte Massnahmen zu geben. Sie ist deshalb ein unverzichtbares Arbeitsinstrument nicht nur für die Konzeption, sondern auch für die Planung, Umsetzung und Analyse.

Analyse und Entwicklung von Channel Setup und Formaten

Neben der Konzeption von Massnahmen kann die UX Map auch für die Analyse und Entwicklung des Channel Setups und der Content Library genutzt werden. Indem die UX Map die User Journeys entlang der Plattformen und Kanäle aufzeigt und dabei die verwendeten Formate dokumentiert, liefert sie Hinweise auf mögliche Lücken oder Redundanzen. Daraus lassen sich Rückschlüsse auf die verwendeten Touchpoints ziehen und allenfalls Ideen für die Kreation neuer Formate generieren. Denn die Stärke der UX Map liegt gerade darin, eine Gesamtansicht über das Channel Setup und die Content Library beziehungsweise über das Zusammenspiel von Plattformen und Kanälen sowie Formaten zu geben.

Identifikation von Communitys

Die UX Map visualisiert die User Journeys immer mit Blick auf eine bestimmte Zielgruppe oder Persona. Mit einer Segmentierung können aber auch zielgruppen- und personaübergreifende User Journeys abgebildet werden. Mit diesem Vorgehen erlaubt es die UX Map, die Beziehungen zwischen den verschiedenen Zielgruppen und Persona zu visualisieren. So können themen- und interessenbezogene Communitys identifiziert und für die Kommunikation adressierbar gemacht werden.

Einsatzgebiete

- Analyseworkshops für Channel Setup und Content Library.
- Setupworkshops für Zielgruppendefinition und Channel Setup.
- Konzeption von langfristigen Massnahmen und Kampagnen.
- Entwicklung einer Content Library für langfristige Anwendungen und Kampagnen.



SMLY ist überzeugt, dass es für eine vernetzte, digitale Gesellschaft eine agile und effiziente Kommunikation braucht. Deshalb hat SMLY in jahrelanger Zusammenarbeit mit Kunden ein Framework, Tools und Prozesse entwickelt, die eine grundlegende Neuausrichtung der Kommunikation ermöglichen. Zu den grössten Kunden von SMLY zählen die Schweizerische Post und Swiss International Air Lines.



SMLY Multimedia Productions GmbH

www.smly.ch
hello@smly.ch