

Das Gespräch zwischen den beiden Entwicklern bzw. Produktmanagern dreht sich primär um die Optimierung des Nutzererlebnisses (**UX**) und des **Onboarding-Prozesses** für ihre Lern-App „Skiller“.

Hier ist das Transkript der Aufnahme:

Transkript: Strategie-Meeting Onboarding-Prozess „Skiller“

Sprecher 1 (Produktentwickler): Also, ich habe jetzt hier drei Versionen. Der gedachte Punkt ist also wirklich: Ich bin jetzt ein Kiddy, habe mein Handy in der Hand und jetzt wird das ganze Ding quasi geöffnet – ich tue das von Instagram jetzt meinewegen hier rüber drücken, ne? Und bin beispielsweise gleich auf einer Seite... das ist jetzt optisch nicht das Ding, aber was ich hier...

Sprecher 2 (Berater/Lead): Warte mal. Lass uns mal fokussieren. Zeig mir mal, was du mir zeigen willst, dass ich es spüre. Ist das die App oder ist das eine Präsentation? Nee, das ist die App, ne, das ist dein Entwicklerstudio. Führ es noch mal vor. Mach einfach mal das Beispiel, dass ich es mir angucken kann.

Sprecher 1: Okay. Ich mache jetzt aus der Mobilansicht raus, weil es ja hier sonst nie zu sehen ist. Der Grundgedanke ist: Es gibt eine Vorseite, dann kommt „Wähl dir irgendeinen Coach aus“. Nehmen wir an hier diese Sibylle. Normalerweise klicke ich die an und sie sagt: „Hallo, ich bin Sibylle, ich freue mich, dass du mich ausgesucht hast“ und so, ne? So, das ist jetzt nie drin. Und jetzt fängt die an mit mir in den Dialog zu gehen.

(Audio-Einspielung der App-Stimme „Sibylle“): „Nu, juten Tach och! Ich bin die Sibylle und ich freue mich wie de Sau, dass de hier bist. Zusammen packen wir das mit der Zukunft, verstehste?“

Sprecher 1: Was ich an der Variante gut finde: Ich muss nicht direkt antworten – „Hey, ich weiß nicht, was du von mir willst“ oder so –, sondern der gibt mir eben quasi immer was vor: „Erzähl mir mehr, wie funktioniert das?“

(Audio-Einspielung „Sibylle“): „Nu gucke mal, wir machen hier eine kleine Lernreise von drei bis vier Minütchen durch die VUKA-Welt. Ist alles ganz kostenlos für dich. Nur am Ende müssen wir uns kurz registrieren, damit deine Skillpunkte auch hier gespeichert werden, gell?“

Sprecher 1: „Was ist eigentlich VUKA?“ Jetzt erklärt sie das, ne? „Warum ist das wichtig für mich?“ als Beispiel.

Sprecher 2: So, Frage: Diese Prompts, die da... oder diese Auswahlboxen, werden die frisch generiert oder sind die hinterlegt?

Sprecher 1: Das kann ich dir nicht sagen. Wie möchtest du es denn?

(Audio-Einspielung „Sibylle“): „*Nu, weil der Welt sich heute so schnell dreht wie ein Karussell. VUKA steht für Volatilität, Unsicherheit...*“

Sprecher 1: Zum Schluss kommen noch drei Fragen: „Was ist ein V hier?“. Gibt er drei Antworten. So, wie möchtest du es eigentlich?

Sprecher 2: Ich sehe hier das ganz große Ding: Erstmal wertvoll. Ich sehe eine Vorstellung, wie du es dir visuell vorstellst. Ich sehe auch den Ablauf, wie du ihn dir vorstellst. Die Frage nach dem „Wie“ ist oberflächlich sichtbar. Die Oberfläche des Ablaufs ist gut sichtbar.

Sprecher 1: Ja, das ist tiefgründig noch nicht durchdacht.

Sprecher 2: Und jetzt muss überlegt werden: Was ist das Ziel des Onboardings? Das muss strukturiert jetzt erfasst werden. Irgendwo hat er mich nach meinem Namen gefragt. Er hat mich aber noch nicht nach „Was willst du denn werden?“ oder Varianten davon gefragt. Und das ist jetzt zu klären. Das heißt, während der ersten Anmeldung kommt die erste kurze Befragung. Grundsätzlich kannst du aber auch immer wieder triggern und neue Fragen stellen, die immer wieder über denjenigen, der hier lernt, etwas hervorbringen. Und das ist Interessenprofil-Update. Immer mal wieder ein bisschen, statt 50 Fragen am ersten Tag, in den ersten zehn Tagen immer mal wieder fünf Fragen.

Sprecher 1: Oder was ich hier drunter verstehe: Wir wollen ja, dass der, wenn der zu uns kommt über die Kampagne, nie abspringt, sondern sich die Zeit nimmt und sich ein bisschen reinbohrt. Und deswegen war meine Idee zu sagen: Auf der allerersten Geschichte irgendwas total Cooles – das fand ich hier ziemlich cool – „Future Skiller, hier geht es um New Learning“. Nächste Seite...

Sprecher 2: Aber an der Stelle muss ich auch mal breschen. Das sieht hübsch gestaltet aus. So kann man das...

Sprecher 1: Das sieht scheiße aus!

Sprecher 2: Es gibt Leute, denen gefällt das. Erinnert mich ein bisschen an ein Reclam-Heft.

Sprecher 1: Für mich war es eine Zigarettenpackung gleich am Anfang.

Sprecher 2: Ist ja auch egal. Der Witz ist, wir lassen uns halt auch sehr stark von diesen visuellen Dingen ablenken und ableiten. Was wir brauchen ist: Was muss denn, nachdem die Kampagne jemanden zu uns gebracht hat, konkret passieren? Ich wünsche mir, dass derjenige sich einloggt und uns seine E-Mail-Adresse da lässt und sich sein Profil anlegt. Damit er überhaupt in der App angekommen ist, wir wissen, wie wir ihn anreden können, und dass wir dann anschließend auf diese Kommunikationswelle setzen. Das bedeutet, das System wird dem jetzt... wir haben ja von Duolingo gesprochen, von diesen Engagement-Mechanismen. Die müssen dann ja starten.

Sprecher 1: Ja, es gibt zwei Wege, und das ist ein Weg. Es ist gut, dass wir eben so drüber reden. Der Weg, den ich hier aufzeige, ist am Anfang ein Prozess und dann zu sagen: „Jetzt registrier dich“.

Sprecher 2: So wie du das machst mit dem „erstmal Tokens verbraten“, bevor wir überhaupt was von demjenigen wissen... damit verbrennst du Geld ohne Ende. Das ist hochriskant. Um

auf deine Variante zurückzukommen, die die bessere wäre, weil man nie Geld verbrennt und was weiß ich nicht alles, müssen wir dem sagen, warum er sich anmelden muss. Und dort werden wir eine Absprungrate haben.

Sprecher 1: Warum? Warum wissen wir, dass da eine Absprungrate ist? Wenn du dich nicht anmeldest, kannst du... wenn du nicht durch die Tür kommst, kannst du dich nicht an den Tisch setzen. Wir bringen dir den Tisch nicht raus. Davon würde ich mich mal lösen. Wenn Leute sich nicht anmelden wollen, dann sind sie nicht unsere Kunden. Dann ist dieser ganze Prozess hier falsch. Dann brauchen wir das gar nicht weiter spinnen. Die Leute, die sich nicht anmelden wollen, erreichen wir hier nicht. Es ist nicht die Frage: Erreichen wir einen Menschen ja oder nein? Also von wegen, den Opa erreiche ich vermutlich nicht... heute doch! Meinen Vater, also den Opa meines Kindes, der würde sich anmelden. Vor zehn Jahren mein Opa, der hatte gar keine E-Mail-Adresse. Die Frage ist raus. Warum sollte sich denn der Mensch, der eine digitale Lernreise machen will, nicht anmelden?

Sprecher 1: Genau das ist die entscheidende Frage und darauf würde ich ganz gerne mal antworten.

Sprecher 2: Brauchst du denn die Antwort?

Sprecher 1: Ja, ich würde mal antworten wollen, weil das eben nicht so einfach ist. Es gibt zwei Varianten: Entweder ich suche gezielt nach einer Lösung, gehe in den Store, ziehe mir eine App runter – dann ist es logisch, dass ich mich anmelden muss. Das ist ja nur die Hürde des Bezahlens. Die andere Sache ist: Die wissen ja hier noch gar nicht, um was es geht.

Sprecher 2: Das muss doch die Kampagne machen! Du sagst in der Kampagne: „Es geht um lebenslanges Lernen. Okay, komm mit, wir nehmen dich mit, komm mit auf die Lernreise.“ Jetzt ist den Leuten klar, dass sie auf eine Lernreise gehen. Und dann kommt die Frage: „Muss ich dazu jetzt in das Gebäude gehen, muss ich mich in den Zug setzen oder in das Portal reingehen?“. Gut, wir können das hier abbrechen, weil der Rest ist uninteressant jetzt sozusagen, brauche ich die anderen Varianten auch nie zeigen, weil die alle auf demselben Prinzip beruhen.

Sprecher 2: Das Prinzip ist doch wertvoll und das musst du nur klären: Wo, wann, zu welchem Zeitpunkt was passiert. Und wie ich es raushöre, wolltest du ein bisschen so eine Art Spannungsbogen, Unterhaltungsding, ein bisschen neugierig machen. Damit hättest du mich wieder verloren. „Butter bei die Fische“. Kommt aber auf die Leute an. Manche Leute sind ja Kinder, die sind anders. Also wenn ich mir zum Beispiel eine App runterziehe und da kommt, wo ich noch nie genau weiß, um was es geht, und da kommt meinewegen sofort „Melde dich jetzt an“, da bin ich weg. Das mache ich nicht. Es sei denn, es gibt so viele Rezensionen oder mein bester Freund hat mir empfohlen, dass ich das machen muss. Und jetzt gibt es ja meistens am Anfang bei den Apps was, wo du so drei, vier, fünfmal... „hier kannst du deine Leistung verbessern, wenn du die App nutzt, wirst du der geilste Typ der Welt, blablabla... jetzt starten“. Und dann gehe ich in die Registrierung.

Sprecher 2: Und das ist doch okay, dann hättest du es aber auch so sagen müssen. Du hast von Onboarding-Prozess geredet und da war für mich der Onboarding-Prozess der Moment, wo ich die Abfrage mache nach deinen Details, damit ich dich besser kennenlernen kann. Das heißt, du bist eigentlich mit diesem Vorgang noch vor dem Onboarding.

Sprecher 1: Dann habe ich wieder den falschen Begriff gebraucht. Ist doch auch egal, wie es heißt, bloß man muss es ja verstehen. Und da helfen manchmal Diagramme. Wenn man sich so ein Diagramm malt: Marketingmäßig Kampagne -> Landingpage -> diese leichte Bespaßung -> Onboarding-Prozess -> Lernreise. Das hat er doch auch gezeichnet, erinnerst du dich am Ende, wo wir...

Sprecher 2: Na und was ich hier mache, ist quasi: Du kommst auf die Landingpage und dann sollst du den Spaß starten. Das war so mein Gedanke.

Sprecher 1: Na gut, das ist aber ja noch nicht die Onboarding-Phase.

Sprecher 2: Okay, okay. Willst du ja auch nicht. Du hast ja gesagt, der soll jetzt noch keine E-Mail-Adresse hinterlassen, der soll auf der Landingpage schon mal ein bisschen bespaßt werden. Ja, ist... du kannst auf die Landingpage „Hier geht es um die geilste App“ und dings und bums und blubbs, kannst du alles draufschreiben. Das liest aber keine Sau. Das ist das Problem. Die beste Landingpage, die es überhaupt gibt, ist: Du kommst drauf, das ist eine App, „wir sind geil“, Start. Jetzt drückst du auf Start und tschüss, es geht los. Alles andere mit „der Plan und das haben wir uns überlegt“... alles viel zu viel. So, und wenn man das jetzt so hätte, dann drückt man auf Start und dann geht dieser Prozess los, wo du den Coach aussuchen kannst und der erklärt dir, was VUKA ist und was New Learning ist, und zum Schluss sagst du „Geil, das System macht mir Spaß, hier will ich dabei sein, jetzt registriere ich mich“. Das war so mein Gedanke.

Sprecher 1: Das hättest du mal mal vorführen müssen, dass das dein Gedanke war.

Sprecher 2: Das habe ich mir ja gestern erst überlegt, als ich hier im Bett lag. Wusste ich doch vorher auch nie.

Sprecher 1: Da kann ich doch aber jetzt auch nichts dafür, dass du dir das gestern überlegt hast, als der MVP codiert war, also er fertig war.

Sprecher 2: Ja, geht nicht darum, wer was dafür kann. Es geht darum: Kann man ja alles so machen. Ist ja alles kein Problem. Es dauert halt nur Zeit. Man muss es halt sich jetzt hinsetzen und machen. Und im nächsten Schritt zu sagen: Gut, pass auf, wir müssen jetzt die Landingpage dahingehend verbessern oder erweitern, dass es für die Kampagne, wo die Kids reinkommen, den Bereich gibt – den speziellen Landingpage-Bereich. Ich hoffe, du nimmst noch auf, dass wir das dann auf dem Recording haben. Ja, nimmt auf. Super. Also wir lernen hier daraus, dass es für die Kids, für die Nutzzielgruppe, diese Landingpage braucht, wo sie aktiviert werden. Wo sie nicht lesen, was das alles ist, sondern wo sie in diesen Dialogmodus reingeholt werden. Und diesen Teil der App nennen wir mal den Aufwärmteil, den Hook-Teil, den Teil, wo sie angezogen werden. Der führt zu dem Schritt, dass sie sich dann tatsächlich registrieren. Und dort startet tatsächlich das Onboarding mit dem nächsten Dialog: Name, E-Mail-Adresse, blablabla, Interessenslagen, warum, wieso, weshalb, Probleme und so weiter. Da bin ich absolut bei dir.

Sprecher 1: Genau. Damit haben wir jetzt den Flow aus der Marketingwelt hin zum Angemeldetsein geklärt. Haken drunter. Damit gehen wir total mit, weil dann ist das, sage ich mal, eine ganz eigenständige Geschichte, die eigentlich mit unserem Produkt nichts zu tun hat.

Sprecher 2: Nee, das ist die Essenz des Reinkommens ins Produkt. Der Rest, der ist dann ja easy going, weil die Leute ja schon mal da sind. Dann dürfen wir sie nur nicht mehr verlieren. Aber die haben jetzt diese Kette bis hin zum Vorhandensein in der App gemacht. Und wenn die App selbst dann auch noch gut funktioniert und die Leute wiederkommen, das ist dann der Hauptteil. Das heißt, wir haben uns gestern auf den Hauptteil fokussiert, wie man den durchzieht, ganz grob. Und jetzt haben wir den fehlenden Teil davor, dass jemand überhaupt hinkommt, fertig gemacht. Kennst du so Eigenheime? Die sind fertig, da sind schon Leute drin, aber vor der Hauseingangstür hast du noch Palettenstapel, weil denen praktisch die Treppe am Vorhäusel noch fehlt.

Sprecher 1 (lacht): So wohne ich seit Jahren!

Sprecher 2: Okay. Ja, also wir hatten gestern im Prinzip den Innenausbau abgeschlossen und heute die Palettenstapel vor die Eingangstür gebaut. Nee, aber gut, dann würde ich das noch zu Ende zeigen und dann wäre... das würde ich mir dann mit dem Andreas überlegen, dieses Thema.

Sprecher 1: Und was willst du überlegen? Das muss programmiert werden!

Sprecher 2: Ja, aber die Abfolge, was ganz genau und wie, und eben solche Fragen, die du mir gerade stellst.

Sprecher 1: Ja, wie lange willst du dir denn dafür Zeit nehmen? Wir sind doch nur jetzt hier. Ich meine, wir haben doch extra uns die Zeit genommen, oder nicht?

Sprecher 2: Ja, weiß nie... also was soll ich jetzt machen? Sag mir, was ich machen soll. Ich weiß nicht, was ich machen soll.

Sprecher 1: Okay, dann... da musst du lernen, was du machen sollst. Also das versteh ich dann auch nicht. Ich habe mir überlegt, welche Rolle ist das eigentlich? Vom Rollenverständnis her kann man ja ableiten, was man lernen muss. Machen wir bei den Kids auch. „Was willst du mal werden? Was willst du mal machen?“ „Ja, ich möchte Koch werden.“ Okay, das ist die alte Frage. Da weiß man, was ein Koch tut. „Ich möchte digitale Produkte an den Mann bringen.“ So, was willst du denn dabei machen? Willst du der kreative Gestalter des Bunten und Räumlichen – also willst du gestalterisch aktiv sein? Willst du inhaltlich eine Idee verfolgen? Also Produktmarketing... Produktmanagement ist eigentlich deine Rolle. Nicht Projektmanagement, sondern du willst ja das Produkt bauen. Oder? Oder willst du dir einen Produktmanager einsetzen? Oder willst du der sein?

Sprecher 2: Das... das... das weiß ich jetzt alles nicht. Das kannst du dir jetzt aussuchen.

Sprecher 1: Nee, du musst ja wissen, worauf du Bock hast. Und wenn Skiller dein Produkt wird, bist du doch primär in der Rolle des Produktmanagers.

Sprecher 2: Nee, eigentlich nicht. Ich will eigentlich kein Produktmanager werden.

Sprecher 1: Okay.

Sprecher 2: Weil ich eben so was gar nicht kann. Ich kann wenig...

Sprecher 1: Und jetzt kommt der Punkt: Wenn du es noch nicht kannst, musst du heute anfangen es zu lernen. Kannst du es überhaupt...

Sprecher 2: Wenn ich es aber nicht haben will, werden will, kein Produktmanager...

Sprecher 1: Ist doch schön für dich! Dann hast du eine Produktidee und willst kein Produktmanager sein, willst also kein Macher sein. Dann willst du also einer sein, der machen lässt.

Sprecher 2: Das wäre mir lieber, weil ich... ich merke doch selber, dass ich total an meine Grenzen komme. Das fängt an bei Technik, bei Wissen, bei allen möglichen, weil das eine ist ja doch... das eine ist das Konzipieren, sage ich mal so, und das andere ist das Umsetzen. Und was ich habe, ich sitze abends mit dem René an der Knast... Kneipe, und ich erzähle ihm was von dem Onboarding-Prozess. Also verstehe ich: Okay, wir brauchen irgendwie was. Und dann setze ich mich am nächsten Tag in der Mußeminute hin und tue irgendwie was zusammenbauen. Und dann kommen Leute zusammen und dann redet man drüber und dann kommt irgendjemand, der macht's halt rund. Du in dem Falle oder so. Oder sagt, warum das scheiße ist oder irgendwie was.

Sprecher 1: Aber dieses Aufteilen wird das Problem nicht... kriegt das nie rund. Okay, ich kann dir nur jetzt die anderen Sachen noch zeigen.

Sprecher 2: Zeig mal.

Sprecher 1: Ich kann dir sagen, was gut und was schlecht ist, was ich empfinde. Also diese Beispiele: Du machst doch genau das, was ein Produktmanager macht. Ich glaube, du hast ein massives Mindset-Problem. Du machst schon genau das, unter Verwendung dieser modernen Tools, die auch die Kids in Zukunft nehmen werden, ohne dir dessen bewusst zu sein. Und in dem Moment, wo du sagst: „Ich will doch aber gar kein Produktmanager sein“, da frage ich mich: Wer bist denn du? Also nicht böse gemeint, sondern wer... wer bist du? Wenn ich also der bin, der schöne Schnitzel macht, ob ich jetzt Koch heißen möchte oder nicht: Wenn ich die Schnitzel selber mache, bin ich jetzt der Koch. Und wenn ich Bock auf gute Schnitzel habe, bin ich interessiert, Schnitzel gut zu machen. Ich hatte übrigens gestern als Kurs „Was willst du machen? Schnitzel braten, die besten von der Welt“. Und da habe ich dann meinen Minikurs zum Thema Schnitzelbraten gehabt. Das war lustig. Aber da gehe ich doch mit meinem Mindset in die Rolle des Kochs rein. Und wenn ich mich der Rolle des Kochs jetzt verweigere im Tun in der Küche, muss ich mich doch nicht wundern, wenn mein Schnitzel mir selber nicht schmeckt.

Sprecher 2: Ja, hast du recht.

Sprecher 1: Das meine ich, das Ding. Dass du dir dort, obwohl du schon das Richtige tust, dir im Weg stehst. Die Frage muss lauten: Was ist denn jetzt das Nächste, was ich tun muss, statt zu sagen: „Ich will doch gar nicht der sein“.

Sprecher 2: Ich bin ja gestern dann hier verzweifelt, deswegen... sage ich mal, bin ich an dem Punkt, wo ich es eben nie weiter hinkriege.

Sprecher 1: Ja, weil du wahrscheinlich die Rolle noch nicht angenommen hast. Wollen wir dann mal ein Beispiel machen, worum... was mein Problem hier ist? Weil das kannst du vielleicht ganz einfach lösen.

Sprecher 2: Das würde mich freuen, wenn ich dir dabei helfen kann.

Sprecher 1: Okay, pass auf. Ich würde trotzdem zu Ende präsentieren, ne? Auf jeden Fall. Erstmal will ich sehen, was du dir da vorgestellt hast.

Sprecher 1: Genau, das... mal... weil es gibt... jetzt gibt's noch das... das kennen wir jetzt schon, ne? Das haben wir uns noch nie ganz angeguckt. Jetzt würde ich aber mal das zeigen. Jetzt nehmen wir mal Hilm Mirko aus Halle, energetisch, modern, motivierend, hilft dir deine Komfortzone zu verlassen. Eigentlich drücke ich jetzt drauf: „Hallo ich bin der Mirko, wir können hier richtig zusammen durchstarten. Ich freue mich, dass du mich ausgesucht hast“ oder so. Ich würde hier sogar sechs... dieses Spielerische, mehrere Coaches bringen. Zwei sind zu wenig, drei sind zu doof, nur als Gedanke. So, sag etwas um das Gespräch zu beginnen: „Hallo Mirko!“

(Audio-Einspielung „Mirko“): „*Hello, hallo! Na, bist du bereit? Da freue ich mich. Was wollen wir denn heute lernen? Fähigkeit Gespräch beginnen verbessert.*“

Sprecher 1: „Kannst du mir was zum Thema Schnitzelbraten erzählen?“

(Audio-Einspielung „Mirko“): „*Schnitzelbraten ist was Feines! Wichtig ist, das Fleisch schön dünn zu klopfen. Dann panieren: Mehl, Ei, Semmelbrösel. Und in der Pfanne goldbraun braten, nicht zu heiß. Fähigkeit Kochen verbessert.*“

Sprecher 1: „Beim Grillen brauche ich da Holzkohle?“ Ich breche ab, du hast das Prinzip verstanden. Was ich hier eben cool fand, wenn es funktionieren würde, ist der Dialog. Dass die so lustig redet und so auf mich eingeht, das macht mir irgendwie Spaß, habe ich gleich Bock weiterzumachen. Hier würde ich natürlich raushauen, weil das abkotzt. Und was ich hier eben cool fand: Ich dachte mir immer Landingpage -> App testen -> Start. Jetzt drücke ich Start und jetzt komme ich auf so eine Seite „Future Skiller - New Learning“. New Learning, hä, was ist denn das, noch nie gehört? Dann kommt die zweite Seite: „Willkommen beim lebenslangen Lernen, entdecke deine Skills mit den KI-Coaches, die deine Sprache sprechen.“ Und jetzt kommt die nächste Seite: „Such dir deinen Coach aus“. Und dann erzählt er mir ein bisschen was hier über VUKA und um was es hier geht in der App, und bums-fiderallala. Eigentlich noch kein direkter Kurs oder so, sondern nur, dass ich geil gemacht werde und sage: „Das System gefällt mir, weil... weil das ist eben was Abgespautes, was Neues, was anderes.“ Allen, denen ich so meine Beziehungscoaches und die ich so versucht habe zu konzipieren, gezeigt habe, die haben gesagt: „Oh cool, wie ist das denn? Teuer so was?“ Ich sage: „Ja, immer egal, was das jetzt kostet, aber das fetzt, wenn die mit denen dann reden so.“ Das ist wie... der eine liest gerne, der nächste guckt sich gerne Videos an und ein anderer nutzt eben gerne diese neuen Geschichten. So, und das war so die ganze Sache, dass am Ende der Show rauskommt: „Los jetzt Onboarding, jetzt die Registrierung, jetzt geht's los“.

Sprecher 1: Dann müssen wir diesen Unterhaltungsdialog in der Form ein bisschen strukturieren, weil er ja irgendwo hinführen muss. Der muss zwar irgendwo abholen, aber dann irgendwie muss zwischendurch in dem Dialogsverlauf müssen so wie Checkpunkte sein hinter den Kulissen, sodass dann die Fragen, die das Ding rausspuckt, in die Richtung leiten und hinleiten in irgendeiner Form zum Ziel – in deinem Fall zu dieser VUKA-Reise – und das dann in sagen wir mal zwischen fünf und sechs, sieben Stufen. Und das geht hier bei dem Modell, weil der ja immer die Antworten vorgibt, wo du mich gefragt hast, wo kommen die Antworten her. Machen wir noch mal hier Beispiel mit dem Andreas. Durch diese Bubbles

hier unten kommst du ja zum Ziel. Das ist wie bei IKEA der Chatbot, ne, wo du am Ende unten deine Adresse eingibst und sagst: „Danke, tschüss“. Wenn du aber jetzt das so zeigst... was sehe ich denn links? Dein Skill der Sprache? Ist das... ist das das?

(Audio-Einspielung „Andreas“): „Grüezi! Es freut mich riesig, dass du da bist. Ich bin der Andreas und wir gucken jetzt mal ganz entspannt zusammen, wie wir dich fit für die Zukunft machen, gell?“

Sprecher 1: Hier war die Idee: Ich lasse schon am Anfang ein bisschen irgendwas mit Skills mitlaufen, damit er schon mal sieht, wie man Skills aufbaut in so einem Dialog. Das ist dann eine völlig überladene Idee für den Anfang. Das hätte auch sein können, dass das das Profil des Trainers ist oder so. Deshalb habe ich gefragt. Bei oben steht Andreas, da dachte ich, dass die Box vielleicht den Coach repräsentiert. Nee, aber hier hast du ja unten immer die Bubbles, zum Beispiel die Frage ist: „Wie funktioniert das? Was lerne ich hier?“. So, und das sind jetzt glaube ich zehn Einheiten und am Schluss kommt der kurze Test und dann „Jetzt musst du dich registrieren“.

Sprecher 2: Da kommt der kurze Test? Was meinst du mit Test? Wir sind ja noch gar nicht registriert, sind ja noch gar nicht angemeldet. Was testest du denn da? Was ist denn die Testfrage?

Sprecher 1: Ach so, diesen Test meinst du. Zum Schluss nach diesem Gespräch kommen drei Fragen zum Thema VUKA. Weil die erklärt jetzt eigentlich nur das Thema VUKA, was das bedeutet. Das war so meine Idee, das so zu probieren.

Sprecher 2: Und damit hast du ein Referenzbeispiel geschaffen. Von wegen, du hast jetzt anhand des Beispiels VUKA-Welt die drei Fragen... ein Skill geprüft, gecheckt. Das war deine Idee. Jetzt habe ich das verstanden. Ich kann das gar nicht so ausdrücken, wie du das immer so klar und sauber dann sagst. Das kann ich gar nicht so geil erklären. Aber das war das Ziel dieser Idee.

Sprecher 1: Dann habe ich die Sache jetzt kapiert. Es ist also in der Landingpage-Variante zum einen der Dialog, wie er später auch in der Lernreise benutzt wird, schon dabei, um aufzuzeigen, was es ist. So was wie... wie ein Probestück an der Käsetheke.

Sprecher 2: Richtig! Und der Gag an der Sache ist: Zum Schluss kommt eine Belohnung, „Jetzt hast du deinen ersten Skiller-Punkt“ oder so. Willst du die jetzt speichern? „Nee...“ und jetzt kommt die Registrierung.

Sprecher 1: Genau, aber damit hast du deine Skiller-Punkte schon gespeichert, die ersten drei oder den ersten. Die hat dann jeder automatisch. Das ist der Wurst-Effekt. Aber damit hast du diesen Prozess, der später hinter der Paywall oder hinter der Registrierung stattfindet, einmal exemplarisch durchgeführt, aus dem Nichts kommend. Damit hat man dieses „Oh, so funktioniert es“. Dann kommt das Commitment und du bist dabei, und ab jetzt findet dieser Prozess immer wieder statt. Jetzt habe ich verstanden, worauf du hinauswillst.

Sprecher 2: Danke, Andreas. Und zum Schluss sagt die Eule hier: „Lass uns zusammen jetzt eine Lernreise nach VUKA machen.“ Und dann startet die Show. Das war mein Gedanke.

Sprecher 1: Das ist ja super! Weil ich meine, diese Idee von... vom wilden Marketing-Blabla per Link auf die Seite kommen, jetzt aktiviert werden – ist ja ein Aktivierungsschritt –,

danach eingeladen zu sein und dann haben wir jetzt im Prinzip die komplette Pipeline vom Marketing durch die entsprechenden Aktivierungsphasen bis hin zum registrierten User komplett durchdekliniert. Für den Kanal Jugendlicher. Das heißt für den Jugendlichen, der überwiegend in der Bahn sitzen wird, werden wir diesen Kanal auch Mobile-First implementieren. Und die anderen Kanäle, wo wir die anderen Landingpages haben für Kammer, IHK, Arbeitsamt, Schule, Eltern – die sind nicht primär mobile unterwegs. Die haben eine ganz andere Wahrnehmung. Und für die wird individuell der jeweilige Kanal so gestaltet, wie die es brauchen. Wenn also ein Unternehmer gerne seine Thematik als Skill-Inhalt bereitstellen will, braucht der einen Zugang zu dem System, der für ihn als Unternehmer adäquat ist. Da müssen wir rausarbeiten: Welcher Kanal ist das? Vermutlich nicht die Mobile-App. Vielleicht hat er ein PDF mit irgendwelchen Ausbildungsunterlagen und einen Link auf die Website und braucht einfach nur den Upload für seine Ressourcen. Und dann drehen wir die Mühle und kreieren seine Reise, dann guckt er sich die an und sagt: „Das ist hübsch, so will ich es haben.“ Fertig. Vielleicht machen wir es sogar so... habe jetzt auch keinen Plan... es gibt die Future-Skiller-Website, wo alles irgendwie so läuft. Und das ist aber so eine Landingpage-Nummer, die quasi mit einer anderen URL angefeuert wird. Also dass quasi, wenn wir dem IHK-Typen sagen: „Guck dir mal Future Skiller an“, der ja nie auf der Landingpage landet und in diesen Prozess hier reingeht, den wir jetzt gerade besprochen haben. Sondern der will ja andere Inhalte lesen.

Sprecher 2: Das haben wir doch schon gemacht. Wir haben doch für den eine individuelle Landingpage. Die Landingpages sind doch für jeden anders. Inhaltlich sind die schon zugeschnitten. Dass man dann natürlich, was Fotos angeht und was weitere Inhalte angeht... oder eben, dass man dem IHK-Typen meinewegen eine Animation zeigt, damit der als Außenstehender sieht, wie die Kids angezogen und von der Industrie mit schönen Beispielen befeuert werden. Und das sieht der von außen. Das wäre etwas, was den bewegt. Und so wird jede dieser Landingpages individualisiert für den jeweiligen Kanal. Und deswegen ist auch jetzt von der Kampagne her der erste Kanal nur die Kids, aber für die anderen Zugänge, die müssen ja trotzdem bespielt und verknüpft werden. Und für die hast du dann meinewegen dieses kleine Modul: „Du bist Unternehmer und da mache ich dann die Mindset-Academy und unterstützt Skiller beim Aufbau digitaler Skills. Wir bringen praktisch solche kleinen Lernreisen zum Thema ABC als Industriepartner.“ Wir sind schon die ersten, die das praktisch wie mit einem Samenkorn bespielen. Und dann können wir als Beispiel schon Referenzen nennen. Dann haben wir praktisch über den Verbund der mehreren Unternehmen Skiller an der Mitte. Und wer macht denn da schon mit? Und jetzt habe ich schon ein Unternehmen mal angequatscht, mal aufs Blaue hinaus, die sitzen bei Erfurt, bei Ilmenau, zwei Grafikdesigner, zwei Ingenieure. Die haben keine Kapazität für Ausbildung, die können keine Azubis ausbilden. Haben aber Interesse mitzuwirken. Wenn ich zu denen jetzt zurückgehe und sage: „Schau mal, wir haben hier ein Projekt, Skiller sucht quasi Unternehmenspartner, sodass wir den Grundstock von Skills in den Katalog bekommen.“ So, habe ich mit Andreas gestern so ein bisschen allgemein philosophiert, dass das ja für Unternehmen auch eine Art Werbekanal ist, sich zu präsentieren. Die Typen spreche ich an: „Habt ihr Lust dabei zu sein und darüber kriegt ihr ein bisschen Marketing.“ Weil ihr tretet ja dann praktisch als Partner von Skiller mit in die Erscheinung. Und wiederum, wenn die darüber posten, kriegen wiederum mehr Leute von Skiller Bescheid. Dieses Netzwerkeffekt-Ding.

Sprecher 2: Das ist genial. Das ist genial, muss ich sagen, wirklich.

Sprecher 1: Das habe ich schon eingefädelt. Das hat sie mir gestern auf dem Weg erklärt, jetzt habe ich das noch deutlicher geschnallt alles. Die Leute muss ich dann bloß Stück für

Stück antriggern von mir: „Schaut mal, hier sind wir jetzt soweit.“ Und für die gibt's die Landingpage, wo die in einem Formular eintippen oder reinsprechen. Oder genauso wie hier im Dialog: „Hey Karl-Heinz, was machst denn du? Ich bin an einer Grafikagentur. Welchen Skill möchtest du denn mit den Kids teilen? Na zum Beispiel, wie man schöne Logos gestaltet.“ Was weiß ich. Und dann endet diese Befragung mit: „Hier kannst du dein Firmenprofil erzeugen, lade mir doch mal dein Referenzbeispiel hoch, gib mir deine URL.“ Und dann rattert unser Agent im Hintergrund, erstellt zwei, drei Kurse und sagt dann der Firma: „Möchtest du diese Kurse freigeben? Check!“ Und damit ist der... der ist der Sponsor. Das wäre ein Kanal, um Volumen reinzubekommen.

Sprecher 2: Das ist eine Spitzenidee, muss ich sagen, wirklich. Richtig gut. Okay, jetzt zeige ich dir, wo mein Problem liegt hier. Zeig mal das.

Sprecher 2: Also. Ich tue laut denken, damit du weißt, was ich denke und wo mein Problem liegt. Ich gucke... ich nehme meine Brille und gucke auf den Computer. Jetzt tue ich mal die Anfangsgeschichte machen und jetzt sage ich zum Beispiel... wir machen ein ganz einfaches Beispiel, warum hier ein E... jetzt würde ich das E muss weg. Ich bin jetzt Produktmann, ne? Jetzt gucke ich erst mal... okay, zu groß. Ist das hier drüben?

Sprecher 1: Darf ich dich mal kurz unterbrechen? Ich glaube, du hast mir schon gesagt, was du denkst. Du willst das E wegbekommen. Genau, das ist mein Ziel. Gibt es zwei Wege dahin. Variante 1: Du überlegst dir schlaue Prompts, benutzt die. Oder Variante 2: Jetzt wendest du ein bisschen was von technischen Skills an und weißt ja, du hast eine HTML-Seite vor dir. „Willkommen bei Future Skiller“ ist ein Titel, eine Überschrift.

Sprecher 2: H1!

Sprecher 1: Genau. Und nun hast du diesen Code-Button. Und jetzt müsste es hier irgendwo in der Codedarstellung eine Art Suche geben. Da ist die Lupe unter dem Code, genau dort. Und jetzt tippst du mal ein „Skiller“, und zwar falsch geschrieben. „Name Skiller“. Jetzt willst du hier das mal händisch umändern... mit großem R, glaube ich, oder?

Sprecher 2: Und dann guckst du mal, ob es das noch woanders gibt, das Wort.

Sprecher 1: Indem ich noch mal auf Suchen gehe? Das hast du ja schon. Links siehst du die Liste mit den Daten, die Skiller enthalten.

Sprecher 2: Ist das die Liste? Ja, klick mal darauf. Und guck mal, ob du irgendwo das Wort „Skiller“ hier hervorgehoben wird. Nee, du hast doch schon gesucht. Also, klimper bei der Suche wieder „Skiller“ ein mit E-R. Gut. Und nun stopp. Unter diesem Wort sind jetzt drei Zeilen. Die vierte kommt nicht mehr, weil wir dort schon geändert haben. Richtig. Und die drei sind die verbleibenden, wo das drinsteht.

Sprecher 2: Jetzt müsste ich die abarbeiten sozusagen, ne? Und jetzt guckst du die alle durch und guckst dir an, ob das jetzt korrigiert werden muss oder nicht. Und da müsste ich aber jetzt alles mir hier angucken, ne? Normalerweise müsste das ein bisschen wie hervorgehoben sein. Und wenn das eben jetzt in irgendwelchen Quellcode-Schnippseeln hier als Variable auftaucht, brauchst du es nicht umbenennen. Du brauchst nur umbenennen, wenn es im sichtbaren Text ist.

Sprecher 1: Das erkenne ich jetzt hier aber nicht. Guck mal bitte auf diesen kleinen Pfeil, auf die... was passiert denn da? „Collapse“ heißt das. Das wollen wir nicht. Ich wollte eigentlich zum nächsten Fundstück springen. Klick mal hier auf das „Constants“. Jetzt könnte ich auch wie aus „Sibülle“, was ich oben machen müsste, mit „y“ ein „Ü“ machen. Zum Beispiel. Jetzt hast du den Weg gefunden. Alles, was visuell dargestellt wird, wird ja irgendwo gespeichert. Verstehe. Und direkt da drinnen umändern. Das finde ich total cool. Wieder was gelernt. Wir sind hier auf einer Lernreise, stimmt's? „Skiller“ wird geschrieben... na ja. Okay, das Prinzip habe ich verstanden. Wollen wir hier eventuell noch ein D hinschreiben? Na ja, das ist jetzt nur Spaß alles. Aber ich habe das Prinzip... ich muss aber jetzt nie „Return“ drücken, das ist jetzt automatisch, oder?

Sprecher 1: Ja, das normalerweise ist das hier automatisch drin.

Sprecher 2: Gut. Jetzt machen wir hier den Test. Jetzt würde ich das testen wollen. Jetzt gucke ich oben mit meinen Augen hier drauf. Hast du richtig geklickt? Kann das sein, dass man... sind wir hier fertig? Soll ich das Transkript abbrechen? Das kannst du auch abbrechen, ne?

Möchtest du, dass ich die zentralen strategischen Entscheidungen aus diesem Gespräch noch einmal in einer Übersicht für dich zusammenfasse?