

Ziel des UX Testings und Methode

- **Ziel:** Evaluation der Benutzerfreundlichkeit und Effektivität der Yuicy-Website
- **Probanden:** 10 Personen, repräsentativ für die Zielgruppe (Alter 20–54 Jahre)
- **Methode:** Remote UX Testing per Videocall (z. B. Zoom)
 - Kombination aus Aufgaben und offenen Fragen zur Website
- **Tools:** Videokommunikation und Screen-Sharing. (Smartphone-Version)
- **Dauer pro Sitzung:** Ca. 45 Minuten (eins-zu-eins-Session)
- **Zeitraum:** 20.12.2024 – 03.01.2025





Zusammenfassung der Findings:

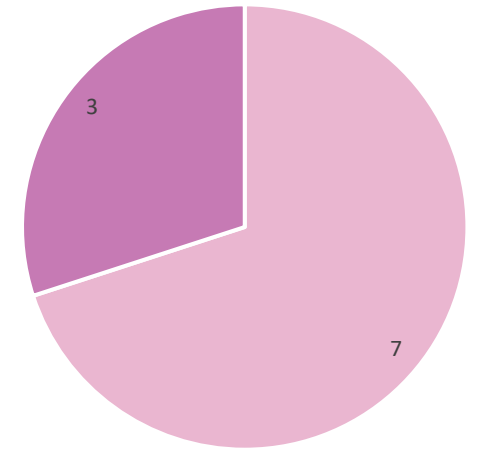
- Unklare Produktinformationen
- Hohe Weiterempfehlungsrate
- Bewertungen sind entscheidend für den Kauf
- Zweifel an der Authentizität von Bewertungen
- Bekanntheit der Produkte
- Vertrauensmindernde Produkte
- Unübersichtliches Burgermenü
- Unklarheiten bei der Anwendung

Unklare Produktinformationen:

7/10 unklar, wie viele Gummibärchen enthalten sind oder wie lange das Produkt reicht.
4/10 empfinden die Inhaltsstoffangaben als unklar.

Problembeschreibung:

- Häufig sind die Angaben versteckt oder uneinheitlich dargestellt, was zu Verwirrung führt.
- Inhaltsstoffe wurden als unklar empfunden, da Details oder Erklärungen fehlten (wie viel von was sollte man am Tag zu sich nehmen).
- Viele würden Produkte eher in einer Apotheke oder nach ärztlicher Beratung kaufen.
- Mengenangaben (z. B. Anzahl der Gummibärchen, Reichweite) fehlen oft.
- Verständliche Angaben sind wichtig, um den Preis einzuschätzen.




■ Angesprochene Probanden
■ Nichtangesprochene Probanden



**1 Dose =
60 Gummies**

„Wie finde ich die Menge an Gummibärchen Wenn ich wüsste wie lange es hält könnte ich sagen ob der Preis gerechtfertigt ist.“

Handlungsempfehlungen:



Mengenangaben deutlich sichtbar machen:

Auf jeder Produktseite eine klare Angabe wie „Enthält 60 Gummibärchen“ und „Reicht bei der Einnahme von 2 Stück am Tag -> 30 Tage“ in der oberen Beschreibung.



Inhaltsstoffe klar und verständlich präsentieren:

Listung der Inhaltsstoffe in einer übersichtlichen Tabelle auf, ergänzt durch kurze Erklärungen (z. B. „Vitamin C: Unterstützt das Immunsystem“).



Zusätzliche Visualisierung nutzen:

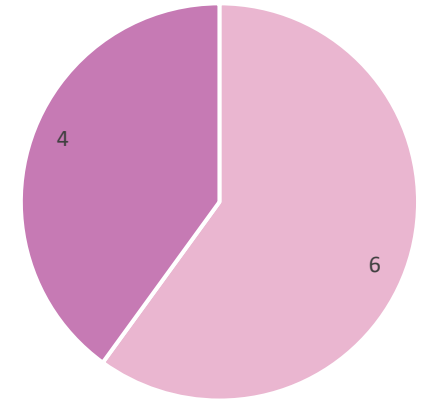
Verwendung einfacher Grafiken oder Icons, um die Menge (z. B. Packungsgröße) und den Nutzen der Inhaltsstoffe visuell hervorzuheben.

Hohe Weiterempfehlungsrate

6/10 Probanden empfehlen die Produkte besonders für Personen mit Schwierigkeiten beim Schlucken von Tabletten.

Beschreibung:

- Die Produkte sprechen eine spezifische Zielgruppe an, die Alternativen zu Tabletten bevorzugt.
- Besonders vorteilhaft für Personen, die ungern Tabletten schlucken (z. B. Kinder oder ältere Personen).
- Probanden betonten, dass sie die Produkte gezielt Menschen mit Schluckproblemen empfehlen würden.
- Die Empfehlung basiert auf der einfachen Einnahme ohne zusätzliches Wasser



■ Angesprochene Probanden
■ Nichtangesprochene Probanden

„Die Vitamingums sind eine tolle Alternative zu Tabletten – ideal für Menschen, die Schluckprobleme haben.“

Handlungsempfehlungen:

A large, soft-focus pink circle with a lighter center, serving as a background for the first recommendation.


Gezielte Kommunikation:

Bewerbung der Produkte explizit als Alternative zu Tabletten, z. B. „Ideal für Menschen mit Schluckproblemen.“

A large, soft-focus orange circle with a lighter center, serving as a background for the second recommendation.

Verpackungsdesign anpassen:

Hinweise hinzufügen wie „Ohne Wasser einfach einzunehmen“ direkt auf der Verpackung.

A large, soft-focus purple circle with a lighter center, serving as a background for the third recommendation.

Zielgruppenspezifische Kampagnen starten:

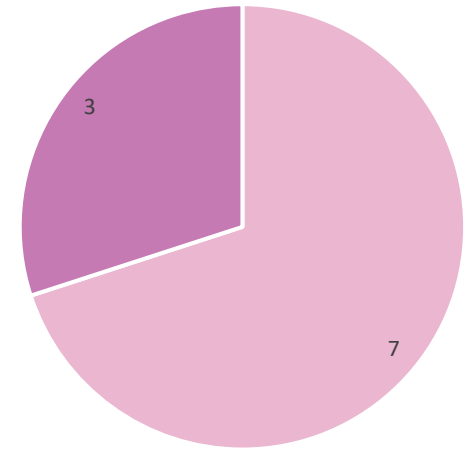
Schalten von Anzeigen oder Kampagnen für Eltern (Kinder) und Senioren, um diese Zielgruppen direkt anzusprechen.

Bewertungen sind entscheidend für den Kauf

7/10 der Probanden betrachten Bewertungen als essenziell und schauen negative Bewertungen (insbesondere zu Lieferproblemen) zuerst an.

Problembeschreibung:


- Negative Bewertungen, vor allem zu Lieferproblemen, wurden zuerst wahrgenommen und wirkten abschreckend.
- Positive Bewertungen stärkten zwar das Vertrauen, jedoch wurden fehlende oder unklare Details in positiven Kommentaren angesprochen.
- Viele Probanden gaben an, dass sie Produkte bei schlechter Bewertung der Marke lieber über alternative Kanäle (z. B. Amazon) oder von anderen Marken mit besseren Bewertungen kaufen würden.



■ Angesprochene Probanden
■ Nichtangesprochene Probanden


„Die negativen Bewertungen sind das Erste, was ich lese. Ich würde aber auch noch auf einer anderen Website wie Trustpilot gehen.“

Handlungsempfehlungen:

A large, soft-focus pink circle with a lighter center, serving as a background for the first recommendation.


Negative Bewertungen aktiv managen:

Reagieren auf negative Kommentare (insbesondere zu Lieferproblemen) und anbieten von Lösungen wie Gutscheine oder schnellere Lieferzeiten an.

A large, soft-focus orange circle with a lighter center, serving as a background for the second recommendation.

Details in positiven Bewertungen fördern:

Gezieltes auffordern von zufriedenen Kunden, detaillierte Bewertungen zu schreiben, z. B. über die Qualität und Vorteile des Produkts.

A large, soft-focus red circle with a lighter center, serving as a background for the third recommendation.

Markenreputation aufbauen:

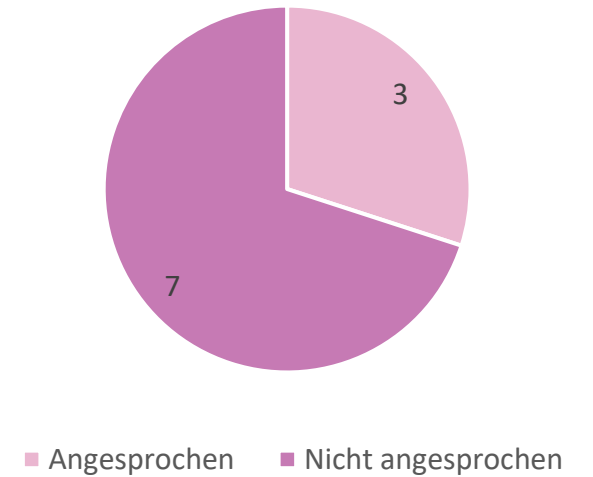
Investieren in gezielte Kampagnen, um Vertrauen in die Marke zu stärken und eine konsistente Bewertung auf allen Kanälen zu sichern.

Zweifel an der Authentizität von Bewertungen

3/10 der Probanden fanden die Bewertungen nicht Vertrauenswürdig

Problembeschreibung:

- Nutzer befürchten, dass der Betreiber der Website Bewertungen selbst schreiben oder negative Kommentare gezielt löschen könnte
- Es besteht die Möglichkeit, dass Bewertungen durch externe Anreize wie Vergütungen oder andere nicht nachvollziehbare Einflüsse zustande kommen.
- Die Herkunft der Bewertungen wird nicht als ausreichend vertrauenswürdig wahrgenommen, was Zweifel an ihrer Glaubwürdigkeit aufkommen lässt.




„Wenn es kein unabhängiges Bewertungsportal ist, erweckt das immer ein negatives Gefühl.“

Handlungsempfehlungen:




Integration von Bewertungen unabhängiger Plattformen:

Fügen Sie Bewertungen von vertrauenswürdigen externen Quellen wie Amazon oder Trustpilot hinzu, um die Glaubwürdigkeit zu stärken und Zweifel an der Authentizität zu minimieren.



Kennzeichnung und Verifizierung von Bewertungen:

Implementieren Sie ein System zur Verifizierung von Bewertungen, beispielsweise durch eine Kennzeichnung von Käufern, die das Produkt tatsächlich erworben haben ("verifizierter Kauf").



Transparente Bewertungsrichtlinien kommunizieren:

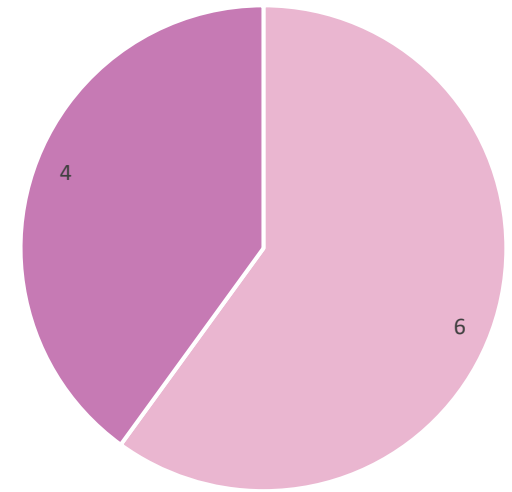
Informieren Sie die Nutzer klar und sichtbar darüber, wie Bewertungen gesammelt, geprüft und veröffentlicht werden, um Vertrauen in den Prozess zu schaffen.

Bekanntheit der Produkte:

6/10 der Probanden kennen das Produktmodel

Beschreibung:

- Alle Probanden haben bereits von dieser Art von Produkten gehört, meist durch Influencer oder Bekannte.
- Keiner der Probanden hat die Produkte bisher selbst ausprobiert.
- 2/10 wären bereit, sie auszuprobieren, wenn sie ihr Interesse wecken (Konzentration/Koffein). 2/10 Würde ihre Produkte eher in einer Apotheke kaufen.
- Die Produkte sind bekannt, jedoch ist die Nutzungsrate unter potenziellen Kunden niedrig.
- Ein paar der Probanden war das Produkt auch ein bisschen zu teuer.



■ Angesprochene Probanden
■ Nichtangesprochene Probanden

„Ich kenne diese Art von Produkten, habe sie aber noch nie selbst ausprobiert.“

Handlungsempfehlungen:

A large, soft-focus orange circle with a gradient, darker in the center and lighter towards the edges.


Proben oder Testpakete anbieten:

Entwickeln von kleine Probiergrößen, um Hemmschwellen für den Erstkauf zu senken.

A large, soft-focus red circle with a gradient, darker in the center and lighter towards the edges.

Gezielte Influencer-Kampagnen:

Kooperieren mit relevanten Influencern, um Vertrauen und Interesse durch echte Produkterfahrungen zu fördern.

A large, soft-focus purple circle with a gradient, darker in the center and lighter towards the edges.

Präsenz im Handel erhöhen:

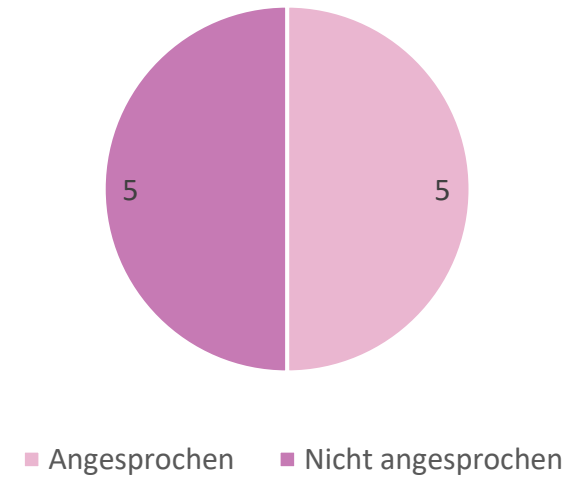
Platzieren der Produkte in bekannten Drogeriemärkten, um die Sichtbarkeit und den direkten Zugang für Kunden zu verbessern.

Vertrauensmindernde Produkte

5/10 der Probanden hatten Zweifel an der Wirksamkeit von mindestens einem Produkt

Problembeschreibung:

- Einige Artikel wie "Golden Tan Glow" wirken auf Kunden wenig vertrauenerweckend.
- Auf Nachfrage wurde bestätigt, dass solche Produkte auch das Vertrauen in weniger skeptische Artikel beeinträchtigen.
- Die Darstellung und Beschreibung einzelner Produkte ließ Zweifel an deren Qualität oder Seriosität aufkommen.



„Ich finde es unrealistisch.“

Handlungsempfehlungen:

A large, soft-focus pink circle with a lighter center, serving as a background for the first recommendation.


Entfernung umsatzschwacher oder zweifelhafter Produkte

Analysieren Sie die Verkaufszahlen und das Kundenfeedback, um Produkte, die Skepsis auslösen oder schlecht performen, aus dem Sortiment zu nehmen.

A large, soft-focus orange circle with a lighter center, serving as a background for the second recommendation.

Überarbeitung von Produktnamen:

Überdenken Sie die Namen problematischer Produkte, um sie ansprechender und vertrauenswürdiger zu gestalten.

A large, soft-focus red circle with a lighter center, serving as a background for the third recommendation.

Optimierung der Produktbeschreibungen:

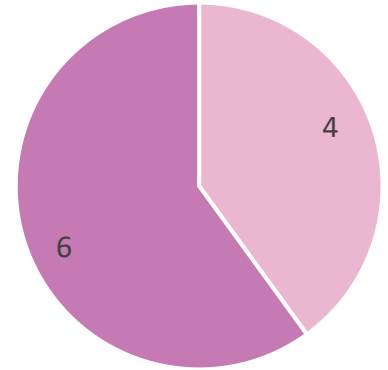
Formulieren Sie die Beschreibungen klarer, mit einem Fokus auf die Vorteile, die Funktionsweise und glaubwürdige Informationen, um das Vertrauen der Kunden zu stärken

Unübersichtliches Burgermenü

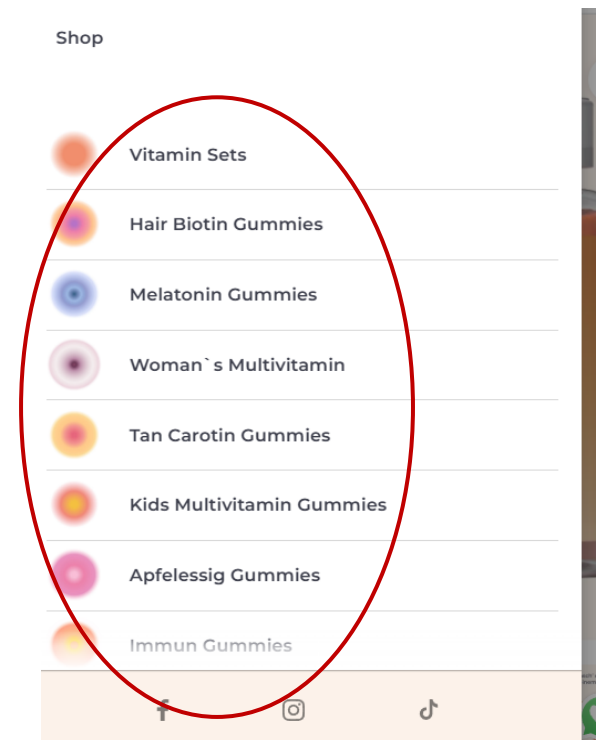
4/10 der Probanden hatten Probleme das Burgermenü zu Navigieren

Problembeschreibung:

- Es kam unerwartet, dass man im Burgermenü Produkte auswählen kann.
- Es wurde nicht verstanden das es sich um Produkte handelt
- Nutzer mussten erst scrollen, um zu erkennen, dass sie hier navigieren können.



■ Angesprochen ■ Nicht angesprochen



Handlungsempfehlungen:

A large, soft-focus pink circle with a lighter center, serving as a background for the first recommendation.

Anpassung der Icons

Verwenden Sie verständlichere und aussagekräftigere Icons, um die Interaktion mit den Produkten zu erleichtern.

A large, soft-focus orange circle with a lighter center, serving as a background for the second recommendation.

Erhöhung der Sichtbarkeit

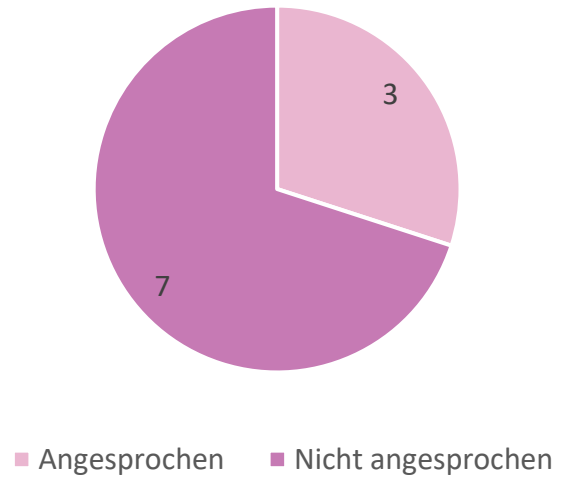
Platzieren Sie Navigationselemente höher im Menü, um eine intuitive und schnelle Navigation zu gewährleisten.

Unklarheiten bei der Anwendung

3/10 hatten ein schlechtes Verständnis der Einnahme

Problembeschreibung

- Versprechungen wie "Ersetzen ungesundes Naschen." vermitteln den Eindruck, dass es sich um Gummibärchen handelt, bei denen keine Dosierung beachtet werden muss.
- Die genauen Anwendungshinweise waren schwer zu finden, sodass Nutzer zunächst nach Informationen suchen mussten.
- Dass es sich um Nahrungsergänzungsmittel handelt wurde nicht sofort verstanden



„Ersetzen ungesundes Naschen.“ Hört sich nicht so an als ob man nur 2 Stück am Tag essen soll.

Handlungsempfehlungen:



Klarere Produktbeschreibungen

Optimieren Sie die Produktbeschreibungen, um deutlich zu machen, ob es sich um Nahrungsergänzungen oder echte Lebensmittel handelt, und geben Sie die entsprechende Dosierung an.

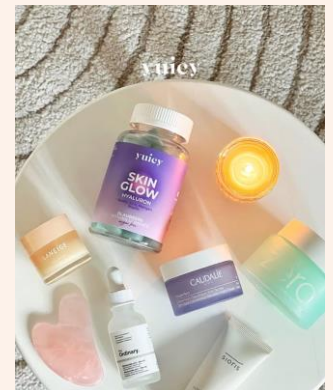


Anwendungshinweise hervorheben

Stellen Sie sicher, dass die Anwendungshinweise leicht auffindbar und verständlich sind, um Verwirrungen zu vermeiden.

Priorisierung mit Impact Effort

1. Unübersichtliches Burgermenü
2. Bewertungen sind entscheidend für den Kauf
3. Zweifel an der Authentizität von Bewertungen
4. Unklare Produktinformationen
5. Unklarheiten bei der Anwendung
6. Vertrauensmindernde Produkte
7. Bekanntheit der Produkte
8. Hohe Weiterempfehlungsrate



Kleine Anregungen der Befragten

- Einzelpreis statt Gesamtpreis mehrerer Dosen hervorheben.
- Vitamin-D- oder Vitamin-C-Produkte ergänzen.
- Produktvergleich mit einer existierenden anderen Marke.
- Erfolgreiches Hair-Produkt um weitere Nischenprodukte ergänzen.
- Beibehalten des WhatsApp-Buttons.
- Ausverkäufe von Produkten vermeiden.

★★★★★ (1150 Bewertungen)
Hair Glow Biotin Gummies

- ✓ Vitamine für ein gesundes Haarwachstum
- ✓ Hochdosiert an Biotin, Vitamin B12 und 9 weiteren Nährstoffen für die Haargesundheit
- ✓ Tierversuchsfrei und vegan
- ✓ Leckerer Orangen-Geschmack - ohne künstliche Zusatzstoffe
- ✓ Mehr als **150.000** zufriedene Kunden

69,90€ ~~74,70€~~

inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten | 10,59€ pro 100g



Lieferung: nächste Woche (ab dem 20. Januar)

	 yuicy® Gummies	 andere Produkte
Hochdosiert an Mineralien	✓	✗
Natürliche Geschmacksstoffe	✓	✗
Vegan	✓	✗
Fruchtgummi-Textur	✓	✗
Schonende Verarbeitung*	✓	✗
Hergestellt in Deutschland	✓	✗

*Unser Verfahren schont die Nährstoffe, ermöglicht höhere Dosierungen und resultiert in besonders leckeren Gummies die nicht kleben.

HAIR
GLOW

BODY
GLOW

SKIN
GLOW

GOLDEN
TAN

IMMUNE
BOOST

DEEP
SLEEP

KIDS

Probandenliste

- Judith Tavella
- Martina Mair
- Lara Denk
- Alena Huber
- Edwin Skrijelj
- Tabea Ketterer
- Ronja Maier
- Lasse Sündermann
- Nadja Denk
- Benedikt Müller

Vielen Dank