

REIFEGRAD USER EXPERIENCE

	NEULING	FORTGESCHRITTENER	KÖNNER	EXPERTE
VERANTWORTUNG	UX-Verantwortlichkeiten nicht geregelt; UX wird nur bei Bedarf und ohne klare Verantwortung berücksichtigt.	Vereinzelte Verantwortlichkeiten ohne systematischen Ansatz; UX wird punktuell in Projekte integriert.	Dediziertes UX-Team, UX in die Gesamtstrategie integriert ist; regelmässige Überprüfung der Verantwortlichkeiten und Anpassung an die strategischen Ziele.	Klare Verantwortlichkeit für UX auf allen Ebenen; kontinuierliche Verbesserung der User Experience durch strategische Führung und funktionsübergreifende Zusammenarbeit.
ZIELE & RESSOURCEN	Quantitative und qualitative Ziele für Interaktionen und Besucherbindung rudimentär definiert; keine spezifischen Ressourcen für UX zugewiesen	Ziele für Interaktionsqualität und Besucher-Engagement auf Ebene Nutzergruppen; erste Schritte zur gezielten Ressourcenallokation; begrenzter Einsatz von UX-Tools.	Ressourcen für UX-Audits und die Arbeit von Analytics-Experten; systematische Überprüfung und Anpassung der UX-Strategie auf Basis von Leistungsdaten und Feedback.	Ressourcen für gezielte Weiterentwicklung auf Basis von Feedback und Leistungsdaten; kontinuierliche Optimierung durch Einsatz fortschrittlicher UX-Tools und -Methoden.
EVALUATION & KPIs	Fokus auf Qualität der Interaktion und direktem Engagement; keine langfristige Evaluierung der UX-Massnahmen.	Bewusstsein für den Wert von Interaktion und Engagement; erste Bewertungen der Kundenzufriedenheit und deren Einfluss auf die UX-Strategie.	Fokus auf langfristige Kundenbindung (LTV) und kontinuierliche Messung des Engagements über längere Zeiträume; regelmässige Anpassung der KPIs.	Tiefgreifendes Verständnis der Treiber von Loyalität und Zufriedenheit; Integration der Erkenntnisse in ein ganzheitliches Framework zur Optimierung der User Experience.
JOURNEY ANALYSE	Anwendung einfacher Pfadanalysen und Funnels in Web Analytics; keine umfassende Analyse der gesamten Customer Journey.	Erhebung der Kundenintention und erste Usability-Analysen und -Tests; gezielte Optimierung einzelner Schritte der Customer Journey.	Treiber für Loyalität und Zufriedenheit bekannt; umfassende Usability-Tests zur Optimierung der Customer Journey; Integration von Feedbackschleifen.	Cross-Channel- sowie Verhaltens- und Intentionsanalysen zur ganzheitlichen Optimierung der Customer Journey über alle Touchpoints hinweg.
CRO PROZESS (Conversion Rate Optimization)	Ad-hoc-Anpassungen und Experimente ohne systematischen Ansatz; begrenzte Ressourcen für CRO.	Durchführung einfacher A/B-Tests auf Schlüsselseiten; erste Schritte zur Implementierung einer strukturierten Teststrategie.	Multivariate Tests; Cross-Channel- Analysen zur Conversion Optimierung; Integration der Ergebnisse in die Gesamtstrategie.	Strukturiertes Testing für datengetriebene Optimierung; Einsatz von AI zur Vorhersage und Optimierung von Conversions; kontinuierliche Anpassung der CRO-Strategie auf Basis von Echtzeitdaten.
PERSONALISIERUNG	Generische Botschaften für Zielgruppen; keine dynamische Individualisierung des Contents.	Eingeschränkte dynamischer Content; erste Schritte zur Nutzung von Nutzerdaten zur Personalisierung.	Individuellen Content für Nutzergruppen und Touchpoints; Aktivierung von Web-Push-Benachrichtigungen; kontinuierliche Optimierung der Personalisierungsstrategie.	Vollautomatisierte Personalisierung auf Basis des Nutzerverhaltens über alle Touchpoints hinweg; KI-gestützte Verbesserung der Personalisierung in Echtzeit; kontinuierliche Anpassung an Nutzerpräferenzen.
CONTROLLING	Monitoring über Basisdaten wie Besucherzahlen, Verweildauer, Klicks und Downloads; keine tiefgehende Analyse der Nutzerdaten.	Grundlegende Analyse des Verhaltens im Sales Funnel; erste Clusterbildung nach Besucher Intentionen; Einsatz einfacher Analysetools.	Analyse des Verhaltens und der Interaktionen von Nutzergruppen, um gezielte Optimierungen vornehmen zu können; Integration der Ergebnisse in die UX-Strategie.	Analysetools zur Überwachung des Nutzerverhaltens in Echtzeit und zur Identifikation von Optimierungs- Potenzialen; UX-Verbesserung auf Basis prädiktiver Datenmodelle; kontinuierliche Anpassung der Strategie auf Basis von Echtzeitdaten.
	REAKTIV	AKTIVE FÜHRUNG, INTEGRIERTE PROZESSE	FOKUS AUF ROI UND KPIs	ANALYTISCH UND PREDICTIVE