

INHALTSVERZEICHNIS

1	USABILITY GRUNDLAGEN	5
1.1	Was ist Usability?	5
1.2	User Experience – Die Bedürfnispyramide des Nutzers.....	6
1.3	Usability als strategischer Erfolgsfaktor	9
1.4	Zusammenfassung	13
2	USABILITY-GRUNDREGELN VERSTEHEN	13
2.1	Der Nutzer ist König	13
2.2	Wahrnehmungs- und gestaltpsychologische Grund- regeln und ihre Wirkung auf das Screendesign.....	15
2.3	Navigationsstrukturen und Navigationskonzepte.....	30
3	USABILITY-ERKENNTNISSE FÜR ONLINE-SHOPS	52
3.1	Die Startseite	53
3.2	Die Sortimentseinstiegsseite und Artikelübersichtsseite.....	56
3.3	Die Produktdetailseite	61
3.4	Cross-Selling	71
3.5	Direktbestellung und Katalog anfordern.....	76
3.6	Die Produktsuche	77
3.7	Checkout und Payment.....	87
4	USABILITY-ERKENNTNISSE FÜR INFOR- MATIONSORIENTIERTE WEBSITES	100
4.1	Unternehmens-Websites (Corporate Websites).....	101
4.2	Informationsportale.....	118
4.3	Zusammenfassung	120

5	USER CENTERED DESIGN	121
---	----------------------	-----

5.1	User Centered Design – Projektphasen und typische Methoden	122
5.2	Expert Review / Heuristische Evaluation	127
5.3	Wettbewerbsanalysen	128
5.4	Befragungen	128
5.5	Fokusgruppen	132
5.6	Paper-Prototyping	133
5.7	Online-Designtest	134
5.8	Card-Sorting	135
5.9	Usability-Tests	136
5.10	Eyetracking	139
5.11	Web-Analytics/Web-Controlling	140
5.12	Multivariate Tests	141
5.13	Zusammenfassung	143

6	ZU GUTER LETZT: USABILITY-ERKENNTNISSE IM UNTERNEHMEN DURCHSETZEN	146
---	---	-----

	LITERATUR UND ABBILDUNGEN	150
--	---------------------------	-----

	STICHWORTVERZEICHNIS	156
--	----------------------	-----
