

APPzumARZT: Vom Werkzeug zum Werbzeug.

Wie Corporate Social
Responsibility & Training &
Sponsoring Hand in Hand
gehen können.

München, 20.05.2011



APPzumARZT: Vom Werkzeug zum Werbzeug.

Wie Corporate Social
Responsibility & Training &
Sponsoring Hand in Hand
gehen können.

München, 20.05.2011

- 01
Einleitung
- 02
Erfolgsfaktoren & Inhalte
- 03
Vorgehensweise
- 04
Produktdemo & Roadmap
- 05
Hindernisse & Lessons Learned
- 06
Zusammenfassung
- 07
Kontakt

Einleitung

Hinführung zum Thema

Der Anfang: Vom Werkzeug zum Werbzeug

- Valiton hat als eine der ersten Firmen eine Gesundheitsapp zur Vorsorge entwickelt.
- Das Projekt startete als Trainingsprojekt und endete mit einem neuen Geschäftsmodell - Sponsoring
- Die App wurde nicht wie sonst bei IT Projekten üblich nach der Abnahme vom Kunden bezahlt, sondern nach Fertigstellung über Sponsoren mitfinanziert.

Der Motivator:

- **Corporate Social Responsibility:** Wenn wir etwas machen, soll es etwas „Gutes“ sein. Wir als „Produktentwickler“ gestalten unsere Kultur. Mit unseren Begabungen und Fähigkeiten wollen wir der Gesellschaft etwas zurückgeben und so Verantwortung übernehmen.
- Auf der Suche nach Themen und konkreten Projekten und dem Kontakt zu Assmann Stiftung und Felix Burda Stiftung entstand dann die Projektidee.

Das Ergebnis:

- **Sponsoring:** Unternehmen finden die Idee gut und wollen Sie inhaltlich oder finanziell unterstützen
- Sponsoring war völlig neues Gebiet, auf das wir auch eher zufällig gestoßen sind.
- Neue Geschäftsideen und Partner entwickeln sich. Die HR Abteilung eines Unternehmen möchte beispielsweise die App im gesamten Konzern ausrollen.

Einleitung

Expertise und Relevanz

- › **Was hat Valiton zu dem Thema zu sagen?**
 - › Valiton hat keinen Track-Record in der Entwicklung von mobilen Apps
 - › Die App hat keinen Design Preis gewonnen
 - › Die App hat kein komplexes Interaktionsdesign
 - › Was ist die Relevanz für die IA Community?

Einleitung

Der Erfolg der APPzumARZT in Zahlen

The screenshot shows the iTunes Store interface with the search term 'appzumarzt'. The 'Top iPhone Apps in Gesundheit und Fitness (gratis)' list is displayed, sorted by 'Bestseller'. The top app is 'APPzumARZT' (Health and Fitness, free, released 11.01.2010). Other apps in the list include Heart Fitness, Ihr Idealgewicht, iKamasutra Lite, Schlafzyklen Sleep T..., RunKeeper Pro, Gratis-Schrittzähler, Menstruations K..., TK-Fit-Check, Fitness Gratis, Horoskop HD Gr..., runtastic GPS, Baby in Sicht, tu-was, iLoseWeight - eff..., iDealGewicht + B..., iKalCalc LIGHT Version, RückenDoc Lite, YOGA Gratis: 20..., jameda Arztsuche, Fitness Pro, NIVEA Pure & Na..., and iPeriod Free (Regel- /...).

**1. Platz: Gesundheitsapps
10.000 Downloads in 7 Tagen**

Einleitung

Expertise und Relevanz

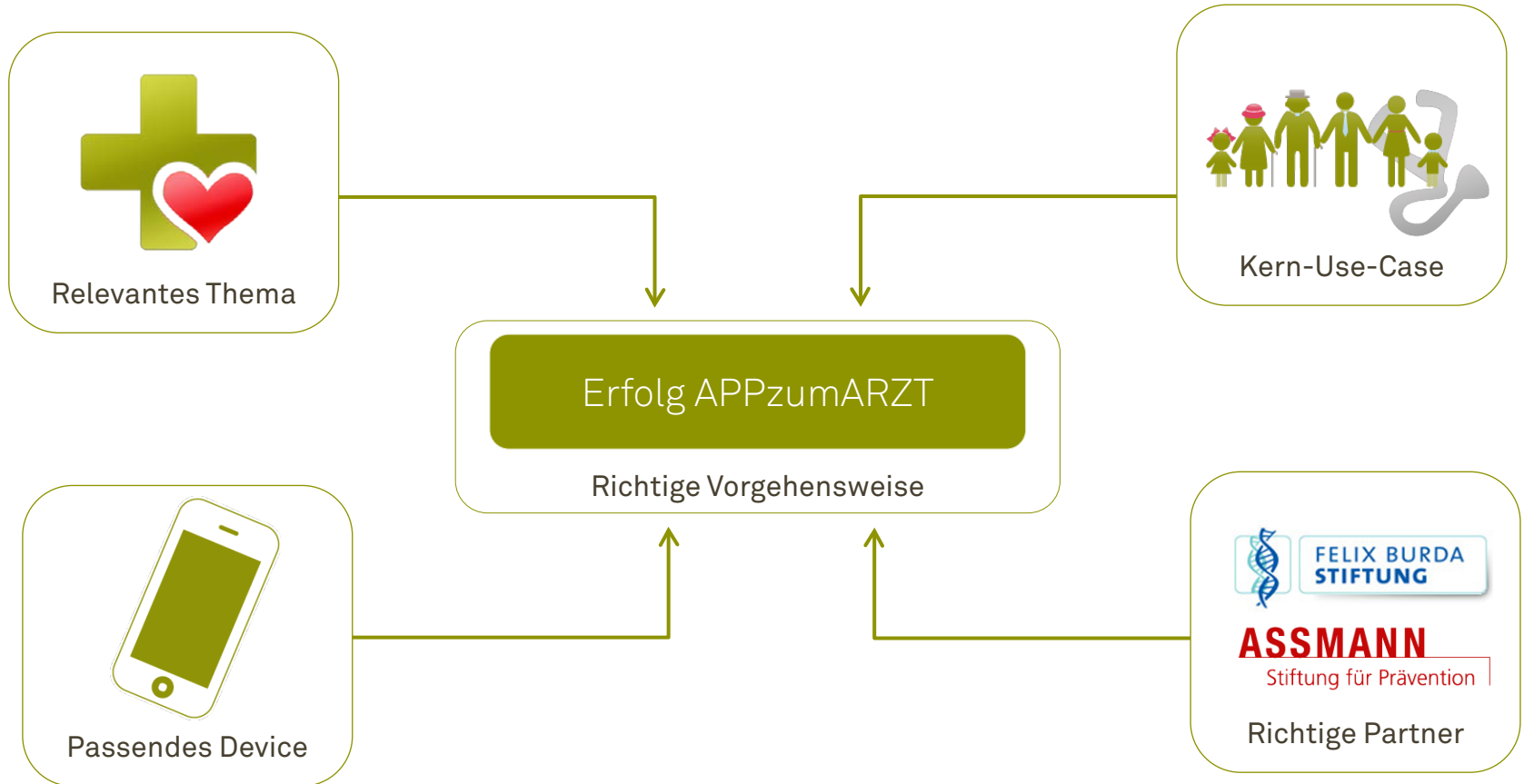
- **Warum ist die App so erfolgreich?**
 - Es gibt nichts Vergleichbares
 - Die App ist umsonst
 - Der Konzern berichtet in allen Medien

- **Quantitative Erfolgskontrolle?**
 - 26.000 Downloads v1
 - ca. 11.000 haben v2 runtergeladen
 - gewisse Unschärfe, da keine Push-Notifikation aus der App, nur , über den Store.

- **Weitere Faktoren**
 - konnten ermittelt werden ...

Erfolgsfaktoren

Welche Entscheidungen begründen den Erfolg



Inhalte

APPzumARZT: Gesundheitsmanager für die ganze Familie



- Beinhaltet die **gesetzlich empfohlenen Vorsorge- und Früherkennungsmaßnahmen**: 13 Krankheiten (Diabetes bis Gebärmutterhalskrebs), 13 Impfungen (Tetanus bis FSME), Zahnarztleistungen, Risiko-Check für Darmkrebs
- Maßnahmen basieren auf den Empfehlungen des **GBA** (Gemeinsamer Bundesausschuss) und des **Robert Koch Instituts**

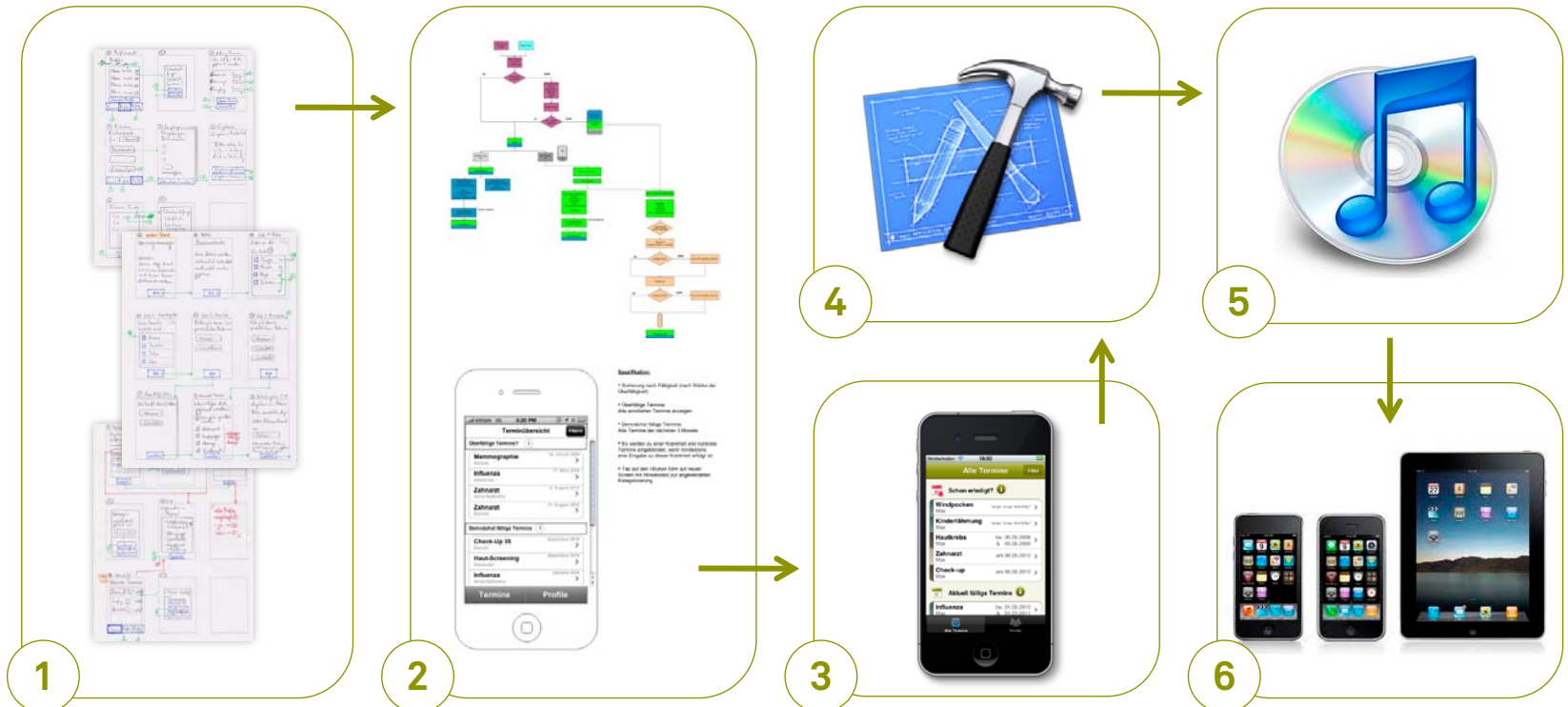


- Entwicklung auf Initiative der **Felix Burda Stiftung** in Kooperation mit der **Assmann Stiftung** für Prävention
- Kostenlose iPhone App. Pharmakonzern GlaxoSmithKline, München ist „presenting Partner“, weitere Unterstützung vom Arzneimittelhersteller Roche und der Siemens Betriebskrankenkasse (SBK)

Vorgehensweise

Standard-Prozess trotz veränderten Projekt-Modells

Bei der Entwicklung wurde der Standardprojektprozess zu Grunde gelegt: Konzeption (1), Spezifikation (2), Design (3), Implementierung (4), Testing (5), Live-Gang (6). Die Entwicklung selbst wurde Agile durchgeführt.



Produktdemo

Imagevideo zur APPzumARZT



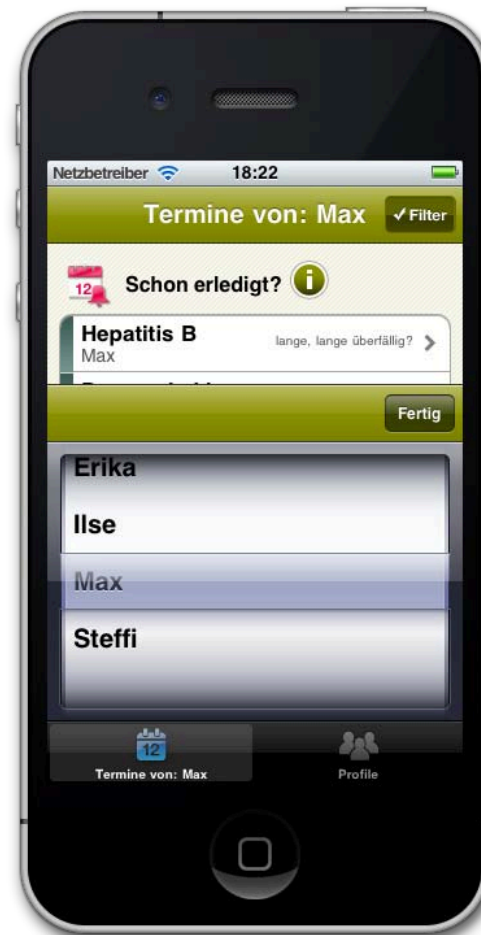
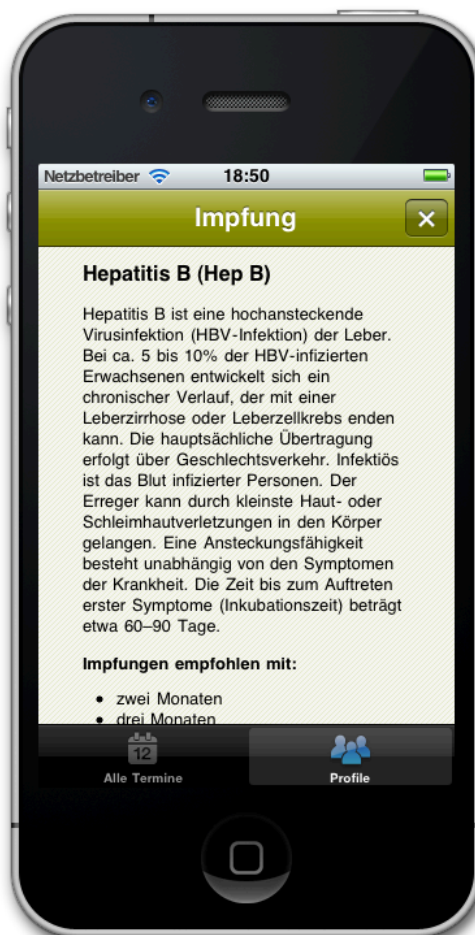
Produktbeschreibung

APPzumARZT: Vorsorge für die ganze Familie



Produktbeschreibung

APPzumARZT: Vorsorge für die ganze Familie



Roadmap

Wo waren wir, wo stehen wir, wo wollen wir hin



Roadmap

Wo waren wir, wo stehen wir, wo wollen wir hin



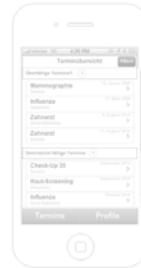
Kick Off Meeting:
September 2010



Konzeptionsende:
Oktober 2010



Im App Store:
Januar 2011



Konzeption
Darmkrebs-Check:
Feb 2011



v2 im Store:
März 2011



v3 geplant:
Q3 2011



Android geplant:
Q3/Q4 2011



APPzumARZT
beim Felix Burda
Award



Hindernisse

Die Stolpersteine auf dem Weg zur fertigen App

- Keine Echtzeit-Updates möglich nur über iTunes Store (u.U. 6 Tage und länger)
- Entwicklung außerhalb der bereitgestellten Module kann unvorhersehbare Aufwände verursachen
- Budget/Kosten: Whitelabel-Lösungen sind oft günstiger
 - Entscheidung „make or buy“
- Technologie Auswahl: HTML5 vs. native iPhone App (iPhone Look&Feel und Haptik)
- Branding-Aspekte: Mögliche Wünsche und Ansprüche der Partner
- Web 2.0: Keine Möglichkeit zum Antworten auf Kommentare im App Store

Lessons Learned

Was kann optimiert werden, was beim nächsten Mal direkt anders machen

- Aufwandseinsparungen bei der Spezifikation sind hauptsächlich beim Styleguide durch den Einsatz bestehender Module und Standard-Komponenten möglich
 - Zeitpunkt und Tiefe der Einbeziehung von Sponsoren (Einfluss auf UI, Funktionalitäten zu späten Projektphasen können große Aufwände bedeuten)
- Der Erst-Setup-Prozess kann mehrere Wochen dauern. Genügend Vorlauf ist deshalb einzuplanen
- Modifizierung von Standard-Komponenten ist möglich, kann zusätzliche Kosten verursachen, teilweise schwer abzuschätzen
- Die Interface-Objekte wurden als Module in Axure angelegt. Für Folge-Projekte auch nutzbar
- Frühe Review der App durch Apple spart Zeit (Apple Coding Rules: memory management, nicht dokumentierte API Funktionen, UI Rules...)

Lessons Learned

Unterschiede zwischen Web und iOS App

	Web	iOS App
Update Fähigkeit	Jederzeit seitens Entwickler oder CMS	Möglich, aber nur über App Store
Controls Anpassungen	Sowohl im Design, als auch funktional möglich >>> Aufwände im Vorfeld bekannt	Veränderung an Standard-Controls >>> Aufwände nicht immer vorhersehbar
Coding Rules	Browserkompatibilität kann aufwändig werden	Bei Verwendung von Standard UI Objekten wenig Intrapage Spezifikation nötig, allerdings müssen Screenwechsel genau beschrieben werden
Schnittstellen	Hoheit der Site liegt beim Kunden (eingesetzte Technologien)	<ul style="list-style-type: none"> > Hoheit der App liegt bei Apple > Nur Apple definierte Schnittstellen erlaubt
Formatierung	CSS update	Font Size nicht immer frei definierbar

Lessons Learned

Unterschiede zwischen Web und iOS App

	Web	iOS App
Tools	Browser als Live-Testing, Staging-Umgebungen	<ul style="list-style-type: none"> > Emulator für Entwicklung hilfreich aber Haptik wird durch Tastenkombinationen ersetzt > X-Code (einziger Compiler) und Interface-Builder > Gewöhnungsbedürftige Usability der Tools im Vergleich z.B. mit Eclipse > Deployment auf Test-Device erfordert Apple Developer-Account. Aufwändiges Verfahren, Test-Devices registrieren, macht das Setup aufwändig
Voraussetzungen	Jeder kann Website haben	Entwicklung von iOS Apps nur für Legal Entities
Zeitliche Aspekte	Abhängigkeit lediglich von eigener Entwicklungszeit und evtl. interner/Kunden QA	<ul style="list-style-type: none"> > Großer Aufwand die App auf das Gerät zu bringen > 3 Wochen für die Registrierung einer App nötig > Erster Apple Review kann 1 Woche dauern. Folgende Reviews meist innerhalb von 24 h möglich > Apple Prüfprozess nicht besonders transparent

Zusammenfassung

- Für den Erfolg einer App müssen verschiedene Faktoren zusammengefasst werden: Relevantes Thema, passende Inhalte, erfahrene Partner und die Wahl des richtigen Endgeräts.
- Corporate Social Responsibility: für Unternehmen wird es immer wichtiger auch nach Außen hin Verantwortung zu übernehmen und etwas an die Gesellschaft zurückzugeben. Soziales Engagement stärkt die Firmenwerte. Kunden reagieren zunehmend in Ihrem Kaufverhalten auf diese, nicht nur auf die Qualität und Preise der Produkte.
- Sponsoring bietet die Gelegenheit, neue Geschäftsmodelle auszuprobieren und Trainingskosten zu senken. Vorausgesetzt: es handelt sich um ein relevantes Thema.
 - Welche Konsequenzen ergeben sich für Informationsarchitekten?
Verschiedene Möglichkeiten Sponsoren visuell im UI einzubinden direkt bei Konzeptionsstart berücksichtigen! <<<

Ansprechpartner zum Thema

Robert Fuchs
Head of Design • Valiton

Mobile: +49 (0) 151 52 638 351
E-Mail: robert.fuchs@valiton.com



Ansprechpartner zum Thema

Sandra Duldner
Art Director • Valiton

Mobile: +49 (0) 151 52 638 241
E-Mail: sandra.duldner@valiton.com



Anfahrt

Office München

VALITON GmbH
Ganghoferstraße 68
80339 München

Telefon: +49 (0)89-4576989-180
Telefax: +49 (0)89-4576989-190

