

Examensarbete: Increasing user engagement and feature discoverability through user onboarding for business-to-business applications

Författare: Erik Söderblom Carlsson & Nora Wernerson

Examinator: Christofer Rydenfält

Handledare: Günter Alce

Öka engagemanget hos användare i B2B applikationer genom user onboarding

I traditionella sälj- och marknadsföringsmetoder har värvningen av nya kunder varit huvudfokus, men en ny modell som värderar återvändandet av kunder, och inte bara den initiala säljdelen, har under de senaste åren utvecklats och lagt grunden till prenumerationsbaserad mjukvara. Den största konsekvensen av att många företag har börjat sälja sin mjukvara som prenumerationer är skiftet till prenumerationsbaserad licensiering som ett nytt sätt att leverera mjukvara. Prenumerationsbaserad licensiering har många fördelar jämfört med traditionella leveranssystem men medför också en del problem. I och med att kunder inte längre behöver köpa mjukvara eller lägga stora resurser på datacenter och anställda för att hantera mjukvaran, är motivationen att använda en produkt som inte är helt tillfredsställande lägre. Därför har det blivit mer och mer viktigt att inte bara vara bättre än konkurrenter på marknadsföring och att få till så bra första deal som möjligt, utan också att behålla sina nuvarande kunder. Det finns flera sätt att öka återvändandet av kunder, ett är user onboarding, dvs. att få kunder att så fort som möjligt förstå en produkts värde och hur man använder den.

Som konsekvens av denna utveckling har vi har vi valt att undersöka hur en user onboarding strategi för applikationer riktade mot företag, och inte konsumenter, kan se ut. För att hitta en sådan strategi testade vi en rad olika koncept som testades och utvärderades. Tre koncept togs fram som ansågs ha potential att lösa detta problem. Det första konceptet är att använda sig av en följd av slides som poppar upp för användaren. I dessa slides presenteras ny funktionalitet för användaren. I vår undersökning kom vi fram till att detta koncept passar bra för att presentera nya stora releaser av funktionalitet som kommer sällan, men passar mindre bra för att presentera information som uppmanar användare till ett visst beteende. Den andra lösningen, en typ av chatbot, visade sig inte vara effektiv i den utformningen vi gjorde den. Däremot tror vi att chatbot har en stor utvecklingspotential i B2B applikationer och med annan utformning kan vara mycket effektivt för att få kunder att återvända. I vår tredje lösning valde vi att ta inspiration av gamification. Vi utvecklade en välkomstguide där användaren uppmanas utföra ett antal uppgifter under första tiden som användare. Denna lösning visade sig fungera bättre för att uppmana användaren till ett önskat beteende. Det visade sig även att denna lösning minskade tiden för nya användare att utföra uppgifter i applikationen med upp till 75%. Av dessa tre koncept så rekommenderar vi till en början att använda sig av välkomst guiden med gamification inslag för användare som loggar in för första gången i kombination med följderna av slides som poppar upp för att introducera nyheter vid stora uppdateringar.

