

Pressemitteilung

“Data-Mindset” und “Human-Centered-Design-Prozesse”:

Das Spiegel Institut stellt praktische Use Cases auf der “Research & Results 2019” vor

Mannheim, 8. Oktober 2019 – **Internationales Networking und informative Workshops zum Thema Research, Data und Insights erwartet alle Besucher der weltweit führenden Messe für Marktforschung „Research & Results“ vom 23. bis 24. Oktober 2019 in München. Das Spiegel Institut präsentiert praxisnahe Workshops unter anderem aus dem Automotive-Bereich und einen Vortrag zum Thema „Agile Quicktests – früher, schneller, besser!“.**

Am Messestand 171 des Spiegel Institut erfahren Besucher Hintergründe aus der Welt der Trendforschung, Produkt- und Serviceentwicklung zu innovativen Tools, Forschungsmethoden und Entwicklungen im Bereich User Experience. Bei anregenden Gesprächen wartet das „Eisradl“ mit einer süßen Erfrischung in Form von leckeren Eissorten.

Interaktive Workshops: Nutzerzentrierte Perspektive im Fokus

Zusätzlich zu dem umfangreichen Angebot am Stand ist das Spiegel Institut gleich mit zwei Workshops und einem Vortrag in der Innovation Area, dem Forum für die angesagtesten Themen der Marktforschung, auf der „Research & Results“, vertreten. Der Eintritt zu den Workshops und Vorträgen ist für die Messe-Besucher kostenfrei und ohne Voranmeldung möglich.

Freuen können sich alle marktforschungs-interessierten Besucher der internationalen Messe auf einen Workshop zum Thema „Neues Auto neu gedacht: Co-Creation im



“Data-Mindset“ und “Human-Centered-Design-Prozesse“:

Das Spiegel Institut stellt praktische Use Cases auf der “Research & Results 2019“ vor

8.10.2019

Seite 2/3

Human-Centered-Design-Prozess“, bei dem Martin Schlierf von Byton und Anna Lewandowski vom Spiegel Institut vorstellen, wie das Spiegel Institut mit nutzerzentrierten Entwicklungsprozessen den Elektroauto-Hersteller Byton auf dem Weg zum erfolgreichen Markteintritt unterstützt.

In einem weiteren Workshop gibt Alexandra Albertsmeier vom Spiegel Institut nützliche Denkanstöße zum Thema „Data Mindset“ und wie man eine Kultur zwischen Mensch und Daten in einem Unternehmen, trotz des derzeitigen Wachstums der Datenmengen, gestalten kann.

Besuchen Sie die Vorträge und Workshops des Spiegel Institut:

23.10.2019, 13:15 - 13:45 Uhr, Raum 6:

Workshop: Neues Auto neu gedacht: Co-Creation im Human-Centered-Design-Prozess am Beispiel von Byton.

Präsentiert von Martin Schlierf, Senior Manager Product Strategy, Byton und Anna Lewandowski, Senior Director Client Services, Spiegel Institut.

24.10.2019, 10:40 – 10:55 Uhr, offenes Forum der Innovation Area:

Vortrag: Agile Quicktests: Der Nutzer im Entwicklungsprozess - früher, schneller, besser!

Präsentiert von Nicole Murgg, Consultant User Experience, Spiegel Institut und Kathrin Schmidt, Consultant User Experience, Spiegel Institut.

24.10.2019, 12:30 – 13:00 Uhr, Raum 8:

Workshop: Managing the Data Mindset: Wie Kundendaten einen Changeprozess in der Unternehmenskultur auslösen können.

Präsentiert von Alexandra Albertsmeier, Consultant Data Analytics, Spiegel Institut.

Das Spiegel Institut freut sich auf einen regen Austausch mit Ihnen am Stand 171 auf der Research & Results 2019!



“Data-Mindset” und “Human-Centered-Design-Prozesse”:

Das Spiegel Institut stellt praktische Use Cases auf der “Research & Results 2019” vor

8.10.2019

Seite 3/3

Herausgeber:

Sarah Teschner
Junior Marketing Manager

Spiegel Institut Holding GmbH & Co. KG
Eastsite VI
Hermshheimer Straße 5
D-68163 Mannheim
E-Mail: s.teschner@spiegel-institut.de

