Ambiente / Messe Frankfurt

Point of Experience spricht Emotionen an

Donnerstag, 25.10.2018

Längst erwarten Kunden in den Geschäften mehr als Produkte und deren Präsentationen. Analog und digital sollen im Sinne des Kundenservice Hand in Hand gehen. Die Ambiente, Weltleitmesse der Konsumgüterindustrie, zeigt mit ihrer Sonderpräsentation Point of Experience auch im zweiten Jahr, wie beim Einkaufen der Zukunft das eine mit dem anderen funktioniert.

Die Sonderpräsentation „Point of Experience“, die vom Design- und Realisierungsbüro Gruschwitz GmbH und der Consulting Agentur Waketo GmbH kuratiert wird, stellt im Foyer der Halle 4.1 die Customer Journey der Zukunft erlebnisorientiert dar. Anschaulich und praxisnah inszeniert sie ein vollständiges Ladenkonzept – zum Anfassen und Ausprobieren. Sie zeigt, wie sich Einzelhändler erfolgreich gegenüber Mitbewerbern aus dem Internet positionieren können, indem sie auf Multi-Channel setzen und diesen leben.

Im Vordergrund steht die Individualisierung und Beratung der Kunden und wird digital neu gedacht. Aufgebaut wie ein Marktplatz zeigt die Sonderpräsentation wie Augmented Reality, Barcode-Scanning und Touch Module den stationären Handel erweitern können und damit Kunden auf emotionaler Ebene begeistern. Der neue Customizer individualisiert und stellt gesamte Produktwelten für den jeweiligen Kundentyp zusammen. Ein Highlight ist der „Thinking Hub“, in dem es Workshops und Vorträge zu den einzelnen Themen gibt.

Neu gedacht

Der Shop in Shop-Gedanke wird an den Touch Tables neu gedacht: Produkte lassen sich im Geschäft haptisch fühlen und Produktwelten durch NFC Tagging gleichzeitig auf einem Tablet entdecken. Durch das Scannen eines Barcodes wird an der Wall of Emotions ein Video aktiviert, das dem Kunden Informationen über das gewählte Produkt hinaus liefert. So gibt es beispielsweise beim Scannen einer Flasche Wein eine Empfehlung durch einen Sommelier oder beim Scannen einer Pfanne spannende Tipps zum Kochen.

Der Customizer arbeitet mit der RFID-Technologie. Dabei geht es nicht darum ein einzelnes Produkt auszuwählen, sondern ein ganzes Gedeck zusammenzustellen. Durch das Wählen verschiedener Produkte kann man so die Basis seines Tischgedeckes aussuchen. Individualisieren lässt es sich durch bestimmte Materialien, Muster, Farben oder Strukturen.

Bei der Station Augmented Living zeigt der Point of Experience wie man beispielsweise einen real gedeckten Tisch durch weitere digitale Utensilien ausschmückt und dekoriert. Hierbei kann der Kunde die Produkte vor dem Kauf direkt bei sich vor Ort über sein Tablet testen und ansehen.

Die Ambiente findet vom 8. bis 12. Februar 2019 statt.

Point of Experience spricht Emotionen an

Links

- [Ambiente](#)