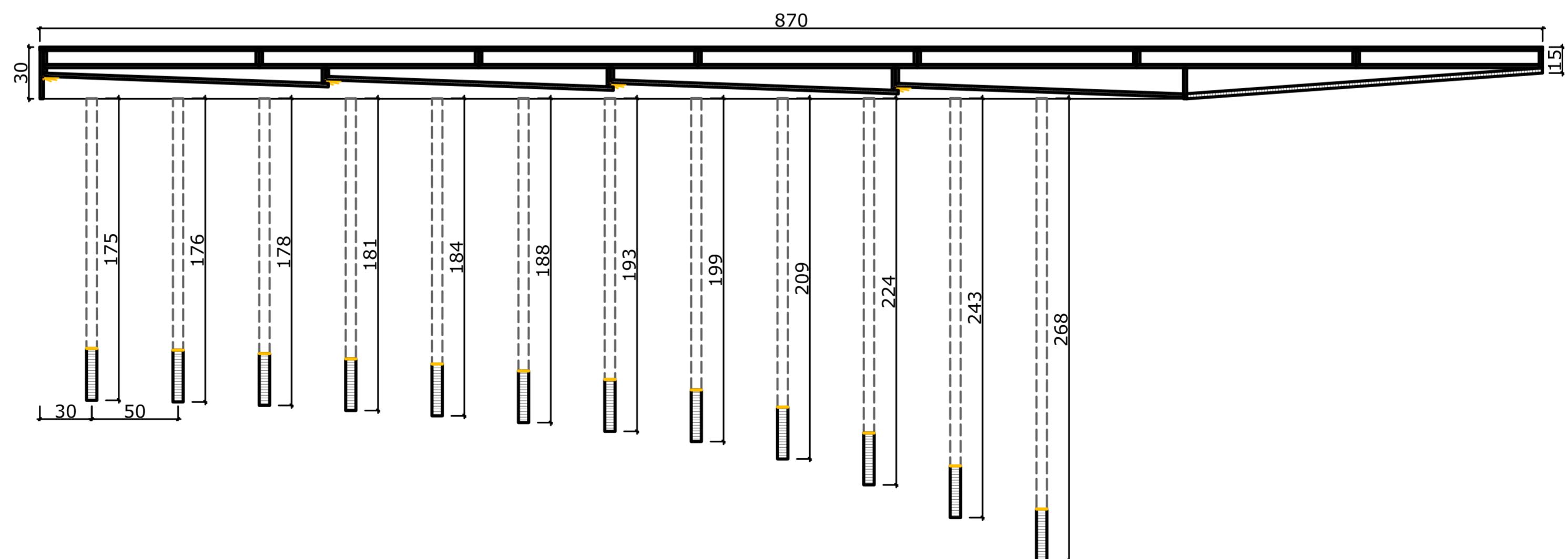
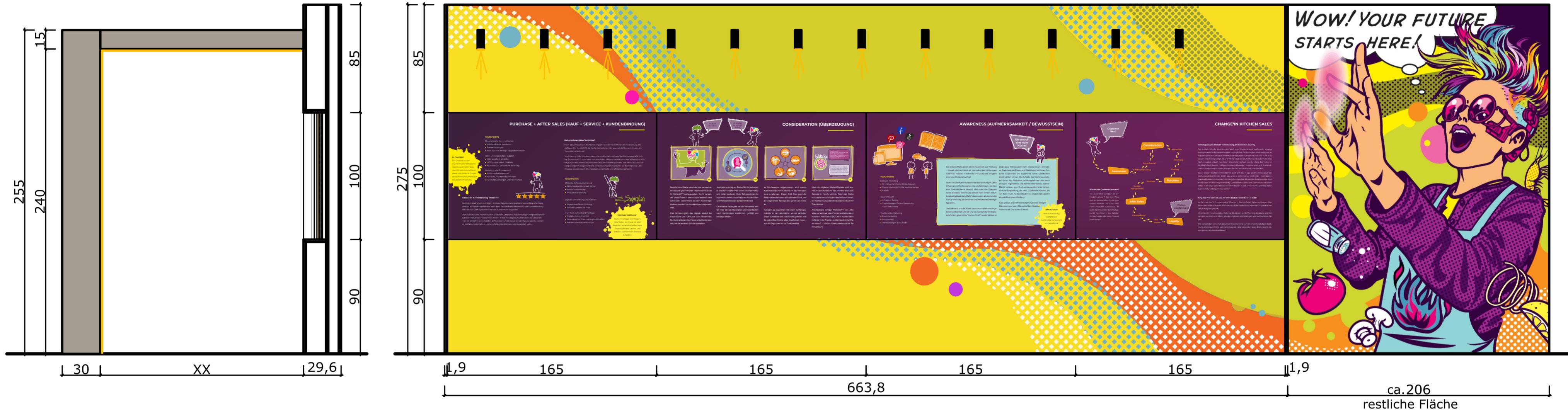
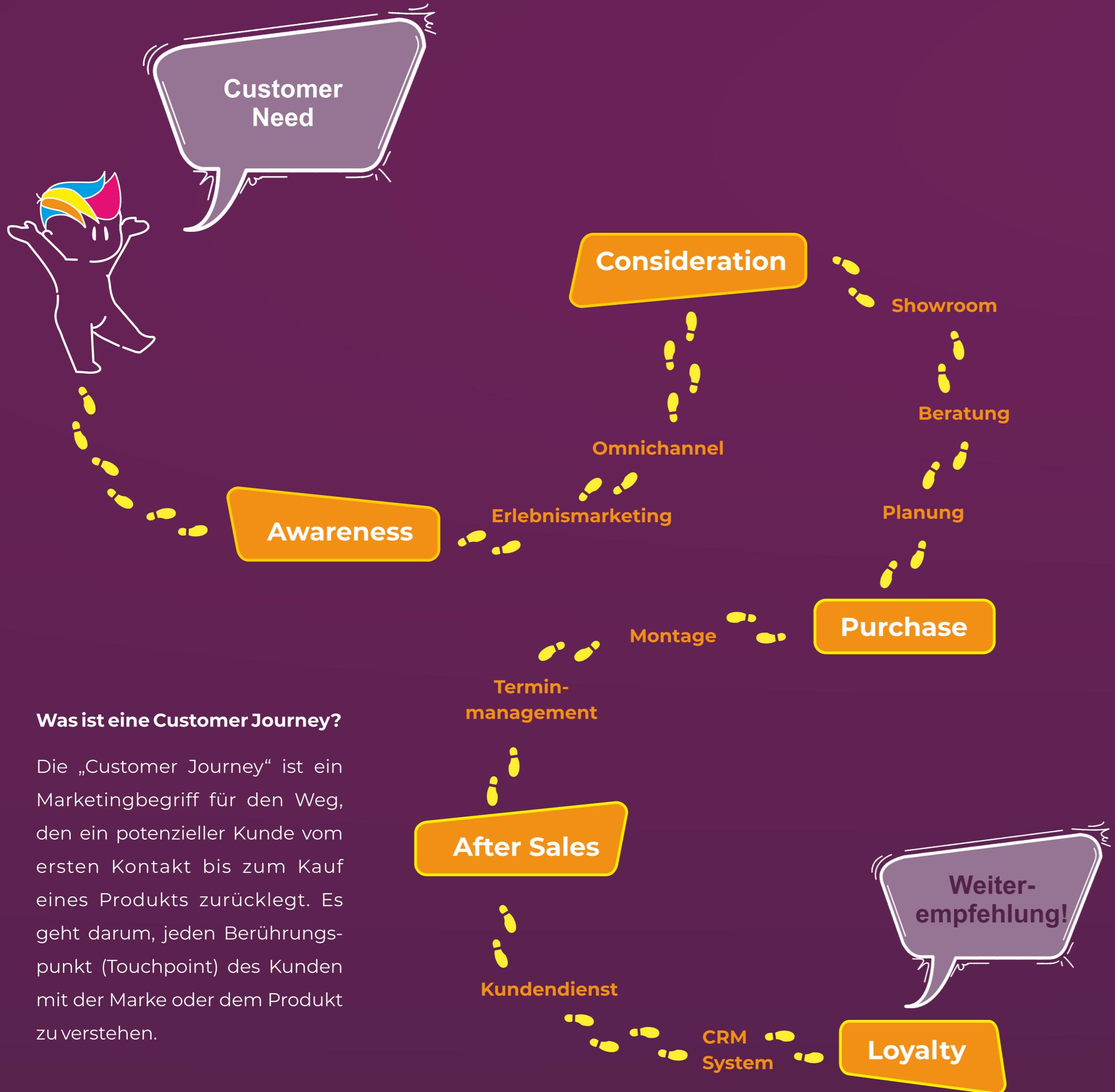


Übersicht Medientunnel mit Customer Journey

lesweise von rechts nach links | Photopoint - CustomerJourney / Aufgabe - Awareness - Consideration - Purchase/Aftersales



CHANGE'IN KITCHEN SALES



Was ist eine Customer Journey?

Die „Customer Journey“ ist ein Marketingbegriff für den Weg, den ein potenzieller Kunde vom ersten Kontakt bis zum Kauf eines Produkts zurücklegt. Es geht darum, jeden Berührungs-punkt (Touchpoint) des Kunden mit der Marke oder dem Produkt zu verstehen.

Stiftungsprojekt 2023/24 - Entwicklung der Customer Journey

Der digitale Wandel revolutioniert auch den Küchenverkauf und macht kreative sowie planerische Prozesse für jeden zugänglicher. Technologien wie KI erlauben es, mit wenigen Klicks personalisierte Küchenkonzepte zu erstellen und individuell anzupassen. Gleichzeitig bieten AR und VR die Möglichkeit, Küchen auch außerhalb eines Küchenstudios virtuell zu erleben. Zusammengefasst, werden diese Technologien die Möglichkeit bieten, maßgeschneiderte Lösungen zu generieren und in eine virtuellen Umgebung immersiv, also ganzheitlich eintauchend, zu entdecken.

Bei all diesen digitalen Innovationen stellt sich die Frage: Welche Rolle spielt der Küchenspezialist im Jahr 2030? Wie wird er sich in einer Welt voller Informations-Overload behaupten können? Können KI und digitale Medien die Beratung oder vielleicht sogar die Planung vollständig übernehmen? Wird der Küchenspezialist weiterhin in der Lage sein, menschlichen Mehrwert durch persönliche Expertise, individuellen Rat und Empathie zu bieten?

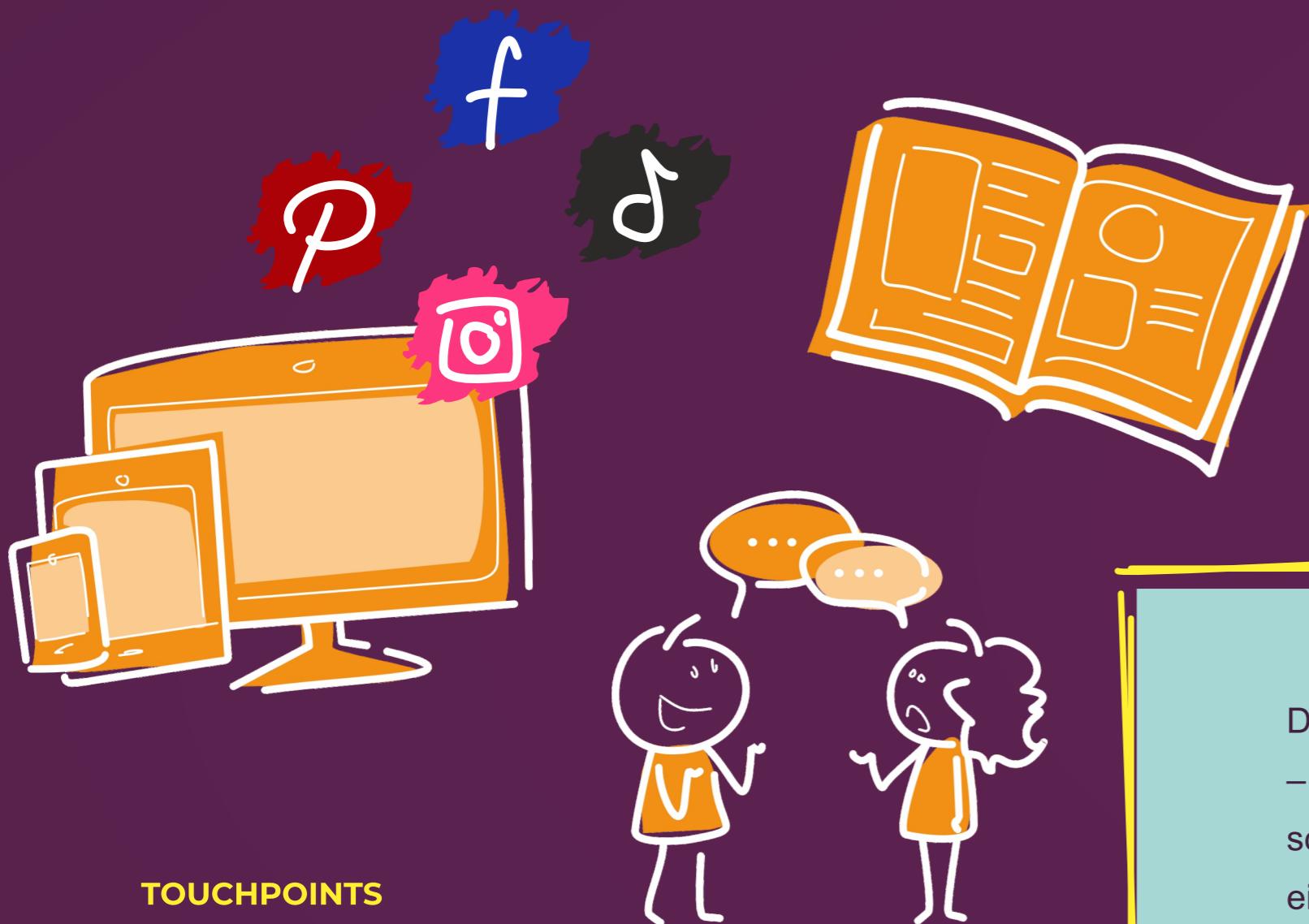
Aufgabe: Wie sieht sie aus, die Welt des Küchenverkaufs in 2030?

Im Rahmen des Stiftungsprojekts "Change'in Kitchen Sales" haben wir jungen Studierenden, unterstützt von Küchenspezialisten und Industriepartnern, folgende spannende Aufgabe gestellt:

„Entwickelt innovative, zukunftsfähige Strategien für die Planung, Beratung und den Vertrieb von Küchenmöbeln, die den digitalen und analogen Wandel berücksichtigen.“

Wie verwandeln wir einen passiven Präsentationsraum in einen lebendigen Kommunikationsraum? Und welche Rolle spielen digitale und analoge Erlebnisse in diesem ganzen Küchenabenteuer?

AWARENESS (AUFMERKSAMKEIT / BEWUSSTSEIN)



TOUCHPOINTS

Digitales Marketing

- Omnichannel / Social Media Account
- PopUp Werbung, Online Werbeanzeigen
- E-Mails

Word of Mouth

- Influencer Review
- Empfehlungen (Online Bewertung + von Bekannten)

Traditionelles Marketing

- Eventmarketing
- Printmedien
- Werbeanzeigen in TV, Radio

Der aktuelle Markt gleicht einem Feuerwerk aus Werbung – überall blitzt und blinkt es, und selbst der Kühlschrank scheint zu flüstern: "Kauf mich!" Für 2030 wird dringend eine neue Strategie benötigt.

Vertrauen und Authentizität werden immer wichtiger. Denn Influencer und Kochexperten, die uns beibringen, wie man eine Edelstahlpfanne benutzt, ohne dass das Spiegelei dabei anbrennt, können uns besser vom *besten Induktionskochfeld auf dem Markt* überzeugen, als die nervige PopUp-Werbung, die zwischen uns und unserer Lieblings-App steht.

Und während uns die KI mit hyperpersonalisierten Angeboten bombardiert und wir uns wie wandelnde Werbeplakate fühlen, gewinnt der "Human Touch" wieder stärker an

Bedeutung. Wir brauchen mehr emotionale und interaktive Erlebnisse wie Events und Workshops, bei denen Produkte ausprobiert und Ergonomie sowie Oberflächen erlebt werden können. Die Aufgabe des Küchenspezialisten ist es, das Vertrauen zurückzugewinnen, das durch anonyme Algorithmen und marktschreierisches „Werbe-Blabla“ verloren ging. Doch schlussendlich ist es die persönliche Empfehlung, die zählt. Zufriedene Kunden, die von ihrer neuen Küche schwärmen, sind überzeugender als jede Hochglanz-Werbung.

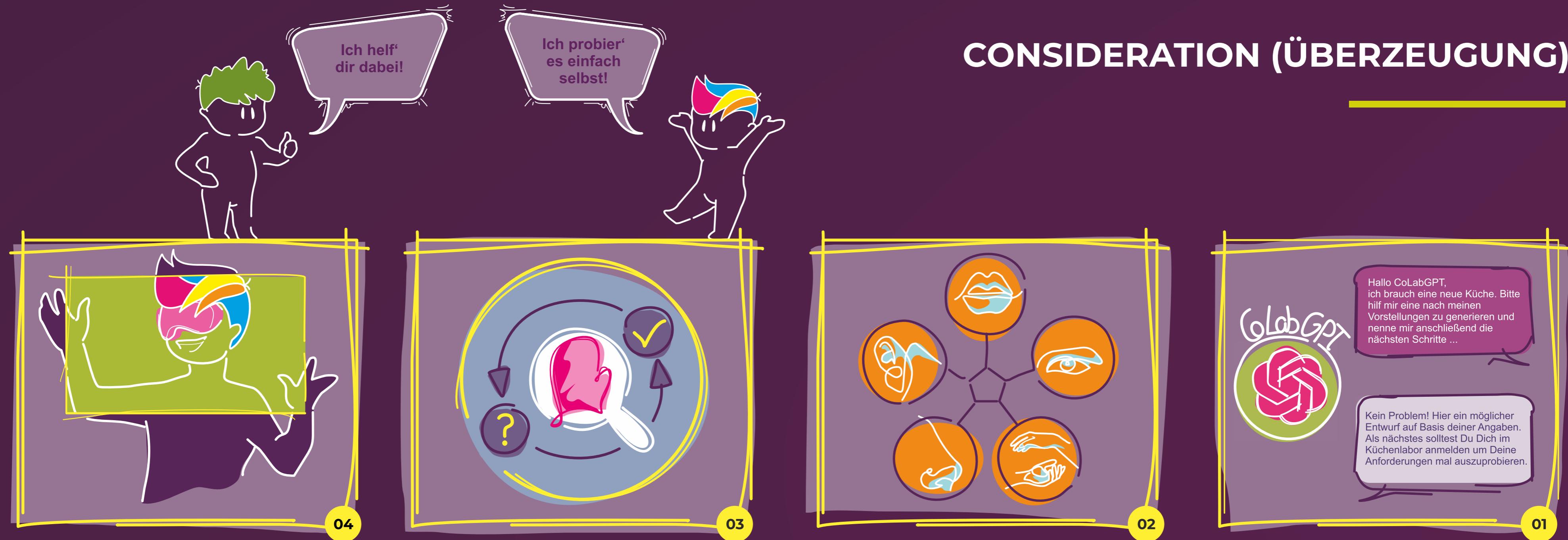
Kurz gesagt: Das Geheimrezept für 2030 ist weniger Blendwerk und mehr Menschlichkeit, Emotion, Authentizität und echtes Erleben.

BRAND 2030

vertrauenswürdig,
authentisch,
nachhaltig, transparent
und emotional



CONSIDERATION (ÜBERZEUGUNG)



Nachdem der Snack zubereitet und verzehrt ist, werden alle gesammelten Informationen an die KI KitchenGPT weitergegeben. Die KI verwandelt diese Daten in einen Küchenentwurf samt AR-Modell. Gemeinsam mit dem Küchenspezialisten werden live Anpassungen vorgenommen.

Zum Schluss gibt's das digitale Modell der Traumküche per QR-Code zum Mitnehmen. Nun kann entspannt zu Hause entschieden werden, wie die weiteren Schritte aussehen.

Jetzt geht es richtig zur Sache: Bei der Laborzeile werden Gerätehöhen sowie Schrankhöhen und -tiefen gecheckt. Beim Schnippeln an der Kochinsel stehen verschiedene Arbeitshöhen und Plattenmaterialien auf dem Prüfstand.

Die kreative Reise geht bei der Trendwand weiter: Hier können Materialien und Oberflächen nach Herzenslust kombiniert, gefühlt und bestaunt werden.

Im Küchenlabor angekommen, wird unsere Küchenabenteurer*in herzlich in der Welcome-zone empfangen. Dieser Duft! Das geschulte Personal serviert einen erfrischenden Drink, und die angenehme Atmosphäre spricht alle Sinne an.

Nun geht es zusammen mit einem Küchenspezialisten in die Laborküche, wo ein einfacher Snack zubereitet wird. Dabei wird getestet, was die zukünftige Küche alles draufhaben muss – von der Ergonomie bis zur Funktionalität.

Nach der digitalen Werbe-Odyssee wird klar: Hier muss KitchenGPT ran! Mit Hilfe des Lidar-Sensors im Handy, wird der Raum der Küche kurz vermessen und zusammen mit dem virtuellen Küchen-Guru entsteht ein erster Entwurf der Traumküche.

Anschließend schlägt KitchenGPT vor: „Wie wäre es, wenn wir einen Termin im Küchenlabor machen? Hier kannst Du Deine Küchenideen nicht nur in der Theorie, sondern auch in der Praxis testen!“ – Und im Handumdrehen ist der Termin gebucht.

PURCHASE + AFTER SALES (KAUF + SERVICE + KUNDENBINDUNG)

TOUCHPOINTS

Personalisierte Kommunikation

- Individualisierte Newsletter
- Eventeinladungen
- Infos zu Cross-Selling + Upgrade Produkte

CRM- und KI-gestützter Support

- CRM speichert alle Infos
- 24/7 Support durch Chatbots
- KI unterstützt persönliche Beratung

Marketing und Engagement

- Social Mediakampagnen
- Kundenzufriedenheitsumfragen
- Kundenbewertungen und Testimonials



After Sales Kundenbindung etablieren

Nach dem Kauf ist vor dem Kauf – in dieser Servicephase zeigt sich, wie wichtig After Sales wirklich ist. Kundenbedürfnisse nach dem Kauf sind entscheidend für die Kundenbindung. Mit Hilfe von CRM-Systemen wird kein Kunde mehr vergessen.

Durch Services wie Küchen-Check, Ersatzteile, Upgrades und Schulungen steigt die Kundenzufriedenheit. Diese Maßnahmen fördern Wiederholungskäufe und halten das Unternehmen im Gedächtnis des Kunden. Zufriedene Kunden bewerten den Service positiv, werden so zu Markenbotschaftern und empfehlen das Küchenstudio begeistert weiter.

Reibungsloser Ablauf beim Kauf

Nach der umfassenden Fachberatung geht's in die heiße Phase: die Finalisierung des Auftrags. Der Kunde trifft die Kaufentscheidung – der spannende Moment, in dem die Traumküche real wird.

Jetzt kann sich der Kunde entspannt zurücklehnen, während der Küchenspezialist richtig durchstartet: Er terminiert und koordiniert Lieferung sowie Montage, während im Hintergrund die KI wie ein unsichtbarer Geist alle Schritte optimiert. Von der Qualitätssicherung über Zeitmanagement und Konstruktionsplanung bis hin zur Buchhaltung – alle Prozesse werden durch KI unterstützt, vereinfacht und effizienter gemacht.

TOUCHPOINTS

Effiziente Auftragsabwicklung

- Zahlungsabwicklung per Handy
- smarte Buchhaltung
- KI-Qualitätssicherung

Digitale Terminierung und Aufmaß

- KI-gestützte Terminfindung
- Echtzeit-Updates via Apps

High-Tech Aufmaß und Montage

- Digitales Aufmaß vor Ort
- Exoskelette zur Erleichterung beim Heben
- Roboterunterstützte Montage



Montage Next Level

Küchenmontage von Morgen. Was früher Sci-Fi war, ist jetzt Realität: Exoskelette helfen beim Tragen schwerer Lasten, und Roboter übernehmen kleinere Aufgaben.