

# Digitaler Touchpoint steigert mit Multimedia das Kundenerlebnis

## Quickfacts

- **Unternehmen:** International agierender Konzern
- **Branche:** Automotive, Retail
- **Projektlaufzeit:** 18 Monate
- **Umfang:** 380.000 €

## Herausforderung

Mit Fortschreiten der Digitalisierung und Vernetzung steigt auch die Erwartungshaltung des Endkunden, einen einfachen, schnellen Zugriff auf die für ihn relevanten und aktuellen Produktinformationen zu erhalten. Vor allem bei erklärungsbedürftigen komplexen Produkten ist der Einsatz von multimedialen Inhalten unabdingbar. Eine geeignete Lösung zu finden, scheint aufgrund der vielen existierenden Hardware- und Softwarelösungen fälschlicherweise zu einfach. Als Projektleiter, Konzeptionierer und Umsetzer standen wir gemeinsam mit unserem Kunden vor der Herausforderung, bestehende Datenquellen für Produktinformationen in eine international agierende Konzernwelt zu integrieren.

Strategie	Evaluierung	Evolution	Etablierung
<b>Digitalisierungsroadmap</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erarbeitung Meilensteine, Rahmenbedingungen und Priorisierung Pilotprojekte</li> <li>• Konsolidierung der Ergebnisse in einer Roadmap</li> </ul>	<b>Benchmarks &amp; Pilotprojekte</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzerbefragung</li> <li>• Konzeption, Implementierung und Rollout des Minimum Viable Products (MVP)</li> <li>• Iterative Realisierung des digitalen Zielbildes</li> </ul>	<b>Adaption der Erkenntnisse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erfolgsbewertung des Piloten</li> <li>• Zielgruppenfeedback</li> <li>• Weiterentwicklung MVP</li> </ul>	<b>Integration in den Unternehmensalltag</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Überführung der Piloten                             <ul style="list-style-type: none"> <li>· Prozessstandards</li> <li>· Service-Angebote</li> </ul> </li> <li>• Lifecycle-Maintenance</li> <li>• Continuous Improvement</li> </ul>

Weitere Informationen auf [www.fme.de](http://www.fme.de)

## Mehrwert

- Gesteigerte Kundenzufriedenheit durch Innovation, Information und Kundeninteraktion
- Erhöhte Up-Selling-Potenziale durch verkaufsrelevante Informationen
- Zusätzliches Alleinstellungsmerkmal

## Lösung

- Entwicklung eines Minimum Viable Products zur Abbildung des heutigen Preisblatts in Form einer digitalen Applikation
- Lösungsentwicklung zur Datenorchestrierung aller für das Preisblatt benötigten Daten
- User Interface zur Darstellung gegenüber dem Endkunden
- Entwicklung von Backendkomponenten zur Medien- und Datenverteilung
- Anbindung an den Data Integration Layer
- Integration in die bestehende Händler-Infrastruktur

## Methoden / Technologie

- Workshops
- Benchmarking
- Händlerbefragung
- Projektmanagement nach PRINCE2
- Anforderungsmanagement nach Scrum
- Technische Konzeption

»Gemeinsam mit der fme haben wir einen digitalen Touchpoint realisiert, der unsere Produktvarianten und deren Anwendungs-Optionen für den Kunden mit multimedialen Inhalten erlebbar macht. Die Variantenvielfalt wird direkt am Produkt mit entsprechenden Preisen übersichtlich dargestellt – und das alles mit nur einem Knopfdruck.«  
(Verkaufsberater)