

JOSEPHS® – Die Service-Manufaktur
Karl-Grillenberger-Straße 3a, 90402 Nürnberg
Telefon +49 911 58061-9533
E-Mail heike.karg@scs.fraunhofer.de
www.josephs-service-manufaktur.de

Ein Projekt von



unterstützt durch



gefördert durch



Eine Kooperation der Fraunhofer-Arbeitsgruppe
für Supply Chain Services SCS und der Friedrich-Alexander-Universität



JOSEPHS®
DIE SERVICE-MANUFAKTUR

**ERSTE
INFOR
MATIO
NEN**

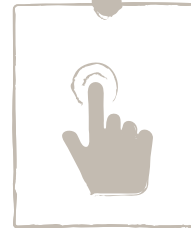




INDIVIDUELLER SERVICE-TEST: UNKOMPLIZIERT, DATENBASIERT UND TECHNOLOGIE- GESTÜTZT – GEMEINSAM MIT DEM KUNDEN!

Im JOSEPHS® werden Kunden aktiv in die Entwicklung, Einführung und Vermarktung von Dienstleistungen und Produkten eingebunden. Das Ladengeschäft JOSEPHS® ist ein offenes Labor und beheimatet innovative Service-Konzepte und neuartige Prototypen. Exemplarische Fragen, die man im JOSEPHS® stellen kann:

- ▷ WER KANN MIR SAGEN, OB MEINE LEISTUNG DEM KUNDEN EIN LÄCHELN INS GESICHT ZAUBERT; ODER EHER ÜBERRASCHUNG ODER SOGAR VERÄRGERUNG AUSLÖST?
- ▷ WO ERHALTE ICH DIREKTES NUTZERFEEDBACK FÜR MEINE ENTWICKLUNGEN?
- ▷ WIE KREIERE ICH GEMEINSAM MIT MEINEN KUNDEN NEUE IDEEN?



FAKTEN

- **Gesamte Ladengröße:** mehr als 400 m²
- **Bestandteile:** Werkstatt, Denkfabrik, Gadget Shop, Mr. Bleck Coffeeshop
- **Öffnungszeiten:** zu gängigen Einzelhandelsöffnungszeiten geöffnet
- **Wechselnde dreimonatige Erlebniswelten:** z.B. Lifestyle, Sport, Spielen, Gesundheit u.v.m.
- **Lage:** im Herzen der Nürnberger Innenstadt, Karl-Grillenberger-Str. 3a (gegenüber WÖHRL-Modehaus und Saturn-Elektromarkt)

LEISTUNGEN

JOSEPHS® -Nutzer haben viele Möglichkeiten, sich ein eigenes Leistungsbündel zusammenzustellen. Eine mögliche Auswahl:

- Testinseln in den Größen 5 m², 15 m² oder mehr buchen
- Fraunhofer-Technologie gezielt einsetzen
- Testlaufzeiten von drei Monaten
- Kommunikationsleistungen im Rahmen des JOSEPHS® – sowohl offline als auch online
- Workshop zur Konzeption der Tests
- Auswertung und Präsentation der Forschungsergebnisse

TECHNOLOGIE

Durch den Einsatz modernster Fraunhofer-Technologie können anonymisiert Bewegungen und Emotionen potenzieller Kunden in Interaktion mit neuen Produkten, Dienstleistungen und Ladenkonzepten vermessen werden:

awiloc®: ... autarke Positionsbestimmung für Smartphones, zur anonymisierten Indoor-Lokalisierung und gezielten Zusatzinformationen im JOSEPHS®.

SHORE™: ... anonymisierte Aufmerksamkeitsmessung und Besucherzählung; automatische Analyse der Verweildauer von potenziellen Kunden vor definierten Objekten, wie beispielsweise Bildschirmen oder Produkten.



EIN BESTEHENDES ONLINE-GESCHÄFT IN DIE OFFLINE-WELT ÜBERTRAGEN

Firma A entwickelt und betreibt seit fünf Jahren einen erfolgreichen Internet Shop, der sich mit der Individualisierung von Arbeitskleidung beschäftigt. Die Arbeitskleidung wird von Kunden geschätzt, weil sie individuell anpassbar ist und zugleich modische Akzente setzt. Im Web sind die Tools, die Kunden eine gute Passung und Individualisierungsmöglichkeiten bieten, stark nachgefragt. Deshalb überlegt das Unternehmen die Gestaltung einiger Flagship-Stores, da trotz aller Erfolge im Online-Geschäft die Haptik einen bedeutenden Verkaufsaspekt darstellt.



NUTZERAKZEPTANZ BESTIMMEN UND MITTELS RAPID SOCIAL PROTOTYPING ENTWICKELN

Firma B befindet sich im Entwicklungsprozess einer wichtigen Neuerung. Die Entwicklungsleitung möchte die Nutzerakzeptanz des aktuellen Prototyps bestimmen bzw. wissen, wie der Prototyp wirklich eingesetzt wird. Zugleich will Firma B von den Nutzern wissen, welche Zusatzdienstleistungen als besonders hilfreich erachtet werden. Das Unternehmen kommt ins JOSEPHS®, da es sich gegen einen teuren eigenen und rein virtuellen Ideen- und Nutzerwettbewerb entschieden hat. Außerdem möchte das Unternehmen stärker seine eigenen Mitarbeiter in die Entwicklung seines Angebots mit einbeziehen.



JOSEPHS®
DIE SERVICE-MANUFAKTUR