

No-Line Dinner // Customer Experience

mcbw Interview mit Maïke Burger

Sind Sie hungrig auf Inspiration? Wir auch!

Im Rahmen der Munich Creative Business Week (mcbw) veranstaltet rpc eine kulinarisch-technologische Reise zur Kundeninteraktion von morgen. Dabei vermitteln unsere rpc Experten aus den Bereichen Design, Strategie, Data Analytics und Consulting spannende Informationshappen to go. Vom App-Etizer über Foodpairing bis hin zum Speculative Snacking – beim No-Line Dinner ist der Blick über den Tellerrand inklusive. Beim Rundgang durch das rpc-Office durchlaufen die Besucher verschiedene kulinarische Stationen, die ihnen gleichzeitig einen Einblick in die Customer Journey von morgen geben – exklusiv von unseren Experten: CX-Expertin Maïke Burger zum Persona-Design, Data-Analytics Expertin Doris Prauschke zum Predictive Modelling, Change Management Expertin Kerstin Thinnies zur agilen Transformation sowie CX Design Expertin Felix Brennecke zu aktuellen Trends im Retail Design. Eine kleine Vorspeise zum Hauptgericht bietet das folgende Interview mit Maïke Burger. Freuen Sie sich auf neue Zutaten!

Maïke, unser Thema der MCBW ist das „No-Line Dinner“: Was hat es damit auf sich?

Maïke Burger: No-line bedeutet die perfekte Kombination aus online und offline. Bei rpc beschäftigen wir uns mit Fragestellungen zum Handel und Vertrieb und damit, wie Kunden heute kaufen. Früher gab es eine klare Trennschärfe: Entweder habe ich beim Onlineshop im Internet bestellt oder ich bin in ein Geschäft vor Ort gegangen. Der Kunde von heute informiert sich über ein Produkt oder eine Dienstleistung online, schaut es sich vor Ort an und bestellt es dann vielleicht per App direkt nach Hause. Oder nehmen wir das Beispiel Apple: Wenn ich im Laden bin, vor Ort etwas kaufe und mit meinem iTunes Account bezahle, war das dann ein Online- oder ein Offline-Kauf? Die Grenzen verwischen immer mehr und genau das soll der Begriff "no-line" ausdrücken.

Wir haben den Ausdruck für unser Dinner gewählt, da wir vor Ort Einblicke geben möchten, wie wir mit dem Kunden in der no-line Welt umgehen. Gleichzeitig wollen wir zeigen, dass das No-line Dinner nicht zwangsläufig eine feste Reihenfolge hat, sondern man hier und da nippen und probieren kann, genauso wie es am besten gefällt. Auch kann man agil in verschiedenen Iterationen und Versuchen sein Lieblingsgericht zusammenstellen. Und klar, bei „no-lines“ wird auch keiner vor Ort für sein Essen anstehen müssen. ☺

Welche Rolle spielen Personas bei der kulinarischen Reise zur Kundenzentrierung?

Maïke Burger: Personas sind im Customer Experience Design eines unserer wichtigsten Arbeitsmittel. Ich kann nur eine perfekte Kundenerfahrung für meinen Kunden schaffen, wenn ich ihn wirklich gut kenne: Was sind seine Bedürfnisse, Vorlieben, mit was kann ich ihn überraschen, begeistern? Auf Basis von Daten schaffen wir Personas für Marken und Hersteller, die genau ihre Kundenzielgruppe widerspiegeln. Häufig findet man da Typen wie „ich habe keine Zeit“: ein klassischer Onlineshopper, der ein Produkt auf Instagram sieht und es am liebsten direkt ohne Umwege nach Hause bestellen will ohne lange suchen, warten oder irgendwohin fahren zu müssen.

Für unser No-Line Dinner haben wir vier ganz spezielle Food-Personas geschaffen. Wir wollen schauen, ob sich unsere Besucher in einem der Typen wiederfinden: Sind sie mehr der Genießer oder würden sie sich selbst als Fast-Food-Lover bezeichnen? Ernähren sie sich besonders bewusst oder sind sie mehr der pragmatische Esser. Und wenn sie sich erst einmal wiedergefunden haben, erfahren sie im Verlauf interessante Dinge über sich, wie zum Beispiel ob Schokolade und Lachs eine gute Kombination für sie wäre.



Maika Burger ist Managerin im CX Design bei rpc. Ihr Herz schlägt für die digitale Transformation. Sie begleitet unsere Klienten auf dem Weg zur wirklichen Kundenorientierung mit Hilfe von digitalen Tools. Ihre Wurzeln liegen in der Telekommunikationsindustrie, wo sie für Firmen wie Siemens, Viag Interkom, eplus und zuletzt Telefónica O₂ Projekte und Teams steuerte. Für die mcbw hat sie die vier Food-Personas kreiert und kümmert sich um die Feedback Ecke.

Ihre Ansprechpartnerin:

rpc – The Retail Performance Company

Inspiring customer-centric transformation

Katharina Weindl

Marketing Manager

Tel.: +49 (0)160 973 244 09, E-Mail: katharina.weindl@rpc-partners.com

The Retail Performance Company

The Retail Performance Company (rpc) ist eine Beratung, die Unternehmen bei vertrieblichen Fragestellungen unterstützt. Mit den Service-Bereichen Consulting, Coaching, Training, HR Services, Retail Design und Data Analytics bieten wir unseren Kunden ganzheitliche Lösungen an, um sie auf dem Weg zu einer kundenorientierten Transformation zu begleiten. Unser Fokus liegt auf der Schaffung inspirierender Kundenerlebnisse für eine nachhaltige und wertschöpfende Beziehung zwischen Marken und Endkunden. rpc wurde im Jahr 2013 als Joint Venture von der BMW Group und der h&z Unternehmensberatung AG gegründet und ist in neun Ländern vertreten. Für weitere Informationen: <http://www.rpc-partners.com>. Folgen Sie uns auf LinkedIn und XING.