



Mit der speziellen App können Kunden jede Verbindungslösung vom Stecker bis zur Baugruppe in einer interaktiven 3-D-Animation direkt im verbauten Zustand betrachten.

bvik-Experten informieren über Trends der B2B-Markenkommunikation

Unterstützung durch 3-D-Apps

B2B-Markenkommunikation | Deutschland ist das Land der Technologie- und Weltmarktführer. Was bedeutet das für die Kommunikation? Da viele Industrieprodukte erklärungsbedürftig sind, spielt die Art der Informationsvermittlung und die Wahl der Kanäle eine entscheidende Rolle.

Welche zukunftsweisenden Möglichkeiten es für die Vermittlung komplexer Informationen im B2B-Bereich gibt, erfuhren die Teilnehmer einer bvik-Veranstaltung bei TE Connectivity, einem weltweit führenden Technologieunternehmen mit Sitz in Darmstadt. Als Zulieferer und Innovationspartner für Verbindungstechnologie entwickelt und fertigt TE Connectivity anspruchsvolle Steckverbinder, Sensoren und Elektronikkomponenten, die in unserer immer stärker vernetzten Welt zunehmend an Bedeutung gewinnen. Das umfangreiche Produktportfolio ist als Bestandteil von Kundenprodukten in der Regel nicht direkt sichtbar.

Zur vertriebsunterstützenden Markenkommunikation setzt TE Connectivity deshalb seit etwa einem Jahr eine mobile Business-App ein. „Wir wollten weg von der reinen Produktebene und hin zur Applikationsebene. Ziel war, das Innovationspotenzial von TE Connectivity erlebbar zu machen – durch eine effektive, ansprechende Informationsvermittlung“, erklärt Oliver Hoffmann, Global Marketing Manager TE Connectivity, Automation & Control. Das von der Heidelberger Werbeagentur Wsp Design entwickelte Vertriebstool ermöglicht es den TE-Mitarbeitern, einfach, realitätsnah und kundenorientiert zu beraten. „Die gesamte Produktkommunikation von TE findet aus der Sicht des Kunden statt“, sagt Hoffmann.

Für Michael C. Weber, Geschäftsführer Kreation der Wsp Design Werbeagentur GmbH, bieten sich dadurch neue Wege für eine attraktive multimediale Kundenansprache: „Interaktive 3-D-Visualisierungen vereinfachen die Vermittlung komplexer Inhalte. Kunden können dabei beispielsweise die Funktionsweise einzelner Produkte und Produktgruppen in einer 360-Grad-Rundumsicht betrachten und bis tief in die Applikation hineinzoomen. So wird Unsichtbares sichtbar gemacht.“

Der „Showroom to go“

Die Nutzeroberfläche der TE-App ist folgerichtig wie ein TE-Showroom aufgebaut. Als native Anwendung ist sie offline einsetzbar und macht die Inhalte unabhängig von Ort und Zeit erlebbar: Alle Informationen sind immer nur einen Klick entfernt. Darüber hinaus sind viele Effekte wie 3-D, Animation, Film oder Drag & Drop möglich,

die dazu beitragen, die anspruchsvollen Inhalte einfach und effizient zu transportieren. Diese innovative und außerordentlich nutzerfreundliche Form der Informationsvermittlung erhöht die Markenbekanntheit und visualisiert das Markenpotenzial von TE Connectivity.

Erste Entwicklungsschritte für diesen „Showroom to go“ waren die Clusterung und Visualisierung des TE-Produktportfolios in Form von 3-D-Modellen. Dafür wurden Models aus den CAD-Daten von 140 TE-Produkten sowie zehn Applikationen und generische Kundenanwendungen im einem einheitlichen, neuen TE-Design erstellt – vom Roboterarm bis hin zur Druckmaschine. Der große Vorteil: Die Daten müssen nicht vorgeladen werden und die notwendige Rechenleistung hält sich in Grenzen. Deshalb laufen die Kamerafahrten absolut ruckelfrei und die ganze App ist zudem vergleichsweise klein.

Neue Wahrnehmung schafft besseres Verständnis der Produkte

Ausgehend von den CAD-Daten lassen sich auch Simulatoren oder andere Virtual-Reality-Lösungen erstellen, die viel Potenzial für den Einsatz im B2B-Vertrieb besitzen. Als Virtual Reality (VR) wird die Darstellung und gleichzeitige Wahrnehmung der Wirklichkeit in einer in Echtzeit computergenerierten, interaktiven virtuellen Umgebung bezeichnet. „Durch den Einsatz von Virtual Reality wird die Komplexität von Produkten und technischen Lösungen reduziert und die Anwendungskompetenz des Kunden erhöht. Demzufolge schaffen sie ein besseres Verständnis für die Funktionalität der Produkte“, erklärt Prof. Dr. Hartmut H. Holzmüller, Professor für Marketing an der TU Dortmund. „Zudem spiegeln diese Anwendungen die Innovationskraft eines Unternehmens wider, steigern die Kompetenzwahrnehmung und stärken dadurch das Markenimage und die Kundenbeziehungen.“ Insbesondere in den Bereichen Maintenance, Maschinensimulation und Architektur ist Virtual Reality inzwischen eine etablierte Kommunikationslösung.

Fortschritt zum Anfassen

Nicht zuletzt eröffnet der 3-D-Druck als weitere 3-D-Anwendung ganz neue Möglichkeiten für vertriebsunterstützende Tools. Zusätzlich zum virtuellen Erlebnis mittels Apps oder VR-Lösungen bieten 3-D-gedruckte Prototypen von Produkten eine haptische Erfahrung für den Kunden: Fortschritt zum Anfassen. Für eine erfolgreiche Leadgenerierung ist es heute be-

sonders im Industriebereich unabdingbar, komplexe Inhalte verständlich, ansprechend und zielgruppengerecht zu vermitteln. Um ihr Innovationspotenzial zu unterstreichen und das eigene Markenimage positiv zu stärken, sollten B2B-Unternehmen daher auf zukunftsweisende 3-D-basierte Kommunikationslösungen setzen.

Michael C. Weber

Geschäftsführer Kreation der Wsp Design Werbeagentur GmbH und Mitglied des bvik

bvik-Veranstaltungen

25.11.2015: Messerundgang mit Marketingfokus, SPS IPC Drives, Messe Nürnberg

08.12.2015: „Wie viel Arbeitgebermarke steckt in der Unternehmensmarke?“, Ebm-Papst, St. Georgen

26.01.2016: „Digitale Strategie im B2B – Grundlage für erfolgreiches Online-Marketing“, Click Effect, Frankfurt am Main



Durch den Einsatz einer Software aus der Online-Spieleentwicklung ist es möglich, die 3-D-Darstellungen in Abhängigkeit von der Zoomstufe in Echtzeit zu rendern. Bilder: Wsp Design Werbeagentur GmbH/TE Connectivity