



Pro Cloud Computing und die notwendige Connectivity zu den Touchpoints in der Customer Journey - also entdecken wir mal die Welt funktionierender Synapsen bis hin zum verbesserten Workflow und die Nutzung des Open Source Marketingsgedankens durch die Verlagerung des Workloads auf die Public Cloud.

Wer das jetzt nicht verstanden hat - nicht schlimm - es gibt doch tatsächlich Stores, die einem spielerisch klarmachen, wie so was funktionieren kann. Dabei geht es nicht um die Realisierung von 100 Prozent aller Möglichkeiten. Vielmehr geht es um den geschlossenen Kreislauf der digitalen Ideen die eingesetzt werden. Das bedarf zwingend ein Vorhandensein von Synapsen, damit nicht lauter Einzelteile rum fliegen, die keiner richtig zusammen bekommt. Das Ziel ist klar - die nachhaltige und langfristige Begeisterung der Customer Experience an jedem Kontaktpunkt. Und das bedeutet auch, dass Informationen und Inhalte an den Kunden weitergegeben werden müssen - mit der Option der Konfiguration und Einflussnahme.

Dabei möchte ich jetzt nicht auf AmazonGo oder Saturn eingehen, wo bereits umfangreiche Spielereien und Transformationen - mit und ohne erkennbare Verknüpfung zwischen den Kontaktpunkten - stattfinden. Ich besuche einfach mal ein paar kleine Läden, die mich nachhaltig begeistert haben. Dort wo mir das Internet der Dinge und der Variantenreichtum digitaler Einsatzmöglichkeiten näher gebracht wurde.

Um also in der Welt der Digital Nerds bestehen zu können, brauche ich als Hippster erst einmal die richtigen Sneakers. Die finde ich im zweiten Store von **43einhalb sneaker store** in Frankfurt, im stadthistorisch wertvollen Nibrithaus in der Stiftgasse 36. Ist ja auch nicht zu übersehen mit den riesigen, hellen Schaufenstern, die mir die Sicht in den gesamten Laden erlauben. Ganz in weiß schmiegen sich hier die Sneaker auf den lang gezogenen Böden aneinander. In den Reckzonen befinden sich die Flatscreens für animierte Produktinformationen.



*Im Erdgeschoss des Nibrithauses liefern die offenen
Schaufenster eine perfekte Fernwirkung, die tiefe
Einblicke erlaubt.*

Den Zusammenhang bemerke ich erst durch das Beobachten der Kunden. Die, erkennbar als Teil der Inszenierung, sitzen entweder im Schaufenster und probieren ihre Sneaker oder spielen an den digitalen Entdeckerkonsolen:

„Jetzt blitzen die Synapsen - denn ich erkenne den Zusammenhang - man nehme einen Schuh, stellt ihn auf die Konsole und schwups bekomme ich alle Informationen und animierte Blowups auf den überdimensionierten Flatscreens. Super, denn jetzt kann auch ich, mit altersbedingter Sehschwäche ausgestatteter Neuhippster, die Schuhe in ihrer ganzen Pracht erleben, anfassen, probieren, erfahren und! Jup auch schmecken ist möglich. Magic Gums, Colalight und ausgefallene Schokoladen umspielen meinen Gaumen, während ich einen Schuh nach dem Anderen so ausprobiere.“



Die Konsole liest den QR Code ein, und los geht es!



*Die Flatscreens sorgen für die entsprechende Inszenierung
im Raum*

Und die digitalen Stories zu den Schuhen sind wichtig – auch das wird mir klar, als die eingeschworenen, sneakerverrückten Mitarbeiter zu jedem Schuh einen kleinen Vortrag halten. Das hängt sicherlich mit den Gründern des Unternehmens zusammen, die bereits in der Szene und bei den Marken, durch ihre eigenen Blogs zu „Turnschuhen“, einen Namen haben. Olli und Mischa sind auch die Namensgeber des Stores, da Beide die Schuhgröße 43einhalb tragen.

Die unterschiedlichen Sinneskanäle sind aktiviert und ich denke, auf dem Weg zum

nächsten Store, die ganze Zeit über den Zusammenhang mit der bescheuerten Tasse „is too short for bad coffee“ nach. Mir ist ja nichts Besseres eingefallen, als ein paar Bekannten gleich noch das ultimative Geschenkset zu senden. Der Inhalt: Tasse plus Guatemala Lampoccy Grand Cru Spätlese - Bohnen nebst Gadgets like Magic Gum, Cuttermesser, Stiehl Minisäge und „SneakerFreaker Granny Smith Knallbrause“ Schokolade.



*43einhalb versüsst den Onlinekunden die Päckchen mit
allerlei Gadgets - es kribbelt und zwickt beim aufmachen*

Begeistern heißt überraschen - die Jungs kennen also das **Kanomodell** - und zwar mit etwas, was man nicht erwartet und langfristig, nachhaltig Bestand hat. Den Zusammenhang erkannt? Ich zu mindestens hatte Spaß einen Schuh nach dem anderen auf die Konsole zu stellen, weiß jetzt das jeder Schuh etwas uniques besitzt und für die richtigen Fans als Anlageobjekt votiert wird.



Dieser Artikel erschien zuerst auf dem Team [SCIO Blog](#)

Unser Gastautor:



Daniel Schnödt, Geschäftsführer TEAMSCIO, Steinheim