

HÖHERE KUNDENREICHWEITE UND OPTIMIERTE KUNDENERLEBNISSE: DIGITALISIERUNG DER HAUSMESSE EINES WERKZEUGGROSSHÄNDLERS



Motivation

Der Werkzeuggroßhandel Werkzeug-Eylert veranstaltet seit über 20 Jahren die »Eylmesse«, eine eintägige Hausmesse am Firmensitz mit über 80 Ausstellern und verschiedenen Seminaren.

Werkzeug-Eylert möchte die Hausmesse um eine virtuelle Messe erweitern, um internationale Kunden einzubinden. Im Kontext der Covid-19-Krise kann die virtuelle Messe darüber hinaus wichtiger (und einziger) Ersatz zur Präsenzmesse werden. Außerdem sollen digitale Tools und moderne Medien die Kundenerlebnisse auf der Präsenzmesse steigern.

Auf einen Blick

- Daten:
- Wertschöpfung:
- Verallgemeinerung:
- Status:



Zielstellung

- Einsatz- und Ausgestaltungsmöglichkeiten digitaler Tools und Medien für die Eylmesse untersuchen und Umsetzungskonzept erstellen
- Marke Werkzeug-Eylert stärken
- Virtuelle Messe und (um digitale Komponenten erweiterte) Präsenzmesse besser verzahnen

Ergebnisse

- Marktanalyse zu Umsetzungsbeispielen von digitalen Messen und Durchführung eines Ideenentwicklungsworkshops
- Ausarbeitung eines Umsetzungskonzepts inkl. Kostenschätzung und Customer-Journey-Analysen als Gestaltungsmaßgabe
- Schrittweise Verfeinerung des Konzepts und gemeinsame Umsetzung (im Rahmen von Arbeitstreffen/Workshops)

Werkzeug-Eylert GmbH & Co. KG

Ort: Chemnitz
Größe: ca. 90 Mitarbeitende
Branche: Werkzeuggroßhandel

Data Mining und Wertschöpfung

Ein Gemeinschaftsprojekt des **Fraunhofer-Zentrum für Internationales Management und Wissensökonomie IMW** und der **Universität Leipzig**

Ansprechpartnerin:
Sarah Neuschl, Fraunhofer IMW
sarah.neuschl@imw.fraunhofer.de

www.data-mining-und-wertschoepfung.de