

JORI

Dealerdays 2007
Marketingpressebericht

Instore Werbung 2007: JORI geht digital

JORI wartet Jahr für Jahr mit innovativen, kreativen Produkten auf. Dies geht in diesem Jahr erneut aus der neuesten Anwendung hervor, die JORI für die JORI-Händler und die JORI-Geschäfte entwickelt hat.

Im Rahmen eines optimalen Service seitens des Händlers an den Verbraucher sowie der weiteren Digitalisierung des Alltags hat JORI eine einzigartige Anwendung entworfen.

Die neue Technologie, die in den folgenden Monaten über die Händler und JORI-Geschäfte verbreitet wird, ermöglicht es den Händlern, die JORI-Möbel in der virtuellen Version des Wohnzimmers der Verbraucher vorzustellen und „auszutesten“: einmalig im aktuellen Möbelmarkt!

I. Kontext

Der Verbraucher von heute wird zunehmend mit Angeboten, Werbeaktionen usw. überschwemmt. So sieht er den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr. Außerdem wird unsere Umwelt zunehmend visueller und immer mehr auf visuelle Reize ausgerichtet (digitales Fernsehen, Spielkonsolen,...), und dies auf Kosten anderer Sinne.

Eine der Folgen ist, dass unsere eigene Vorstellungskraft beeinträchtigt wird. Dies ist ein wichtiger Aspekt, der auch beim Kauf eines neuen Möbels zu beachten ist. Und das ist relevant, denn je weniger ein Verbraucher sich vorstellen kann, wie das Möbel im Ausstellungssaal bei ihm zu Hause aussehen wird, desto weniger er geneigt sein wird, dieses Möbel zu kaufen.

Der Trend zu einer Umgebung, die zunehmend auf visuelle Reize ausgerichtet ist, ist unumkehrbar. Deshalb möchte sich JORI auf die Digitalisierung im Geschäft einstellen, und zwar in 2 verschiedenen Weisen.

II. Eine Premiere: Möbel in einer virtuellen 3-D-Umgebung austesten

Während der Dealerdays werden einige 3-D-Modelle zum ersten Mal mit Funktionen in einem virtuellen Wohnraum demonstriert. Die Vorführung wird von einer Firma veranstaltet, die Marktführer in diesem Segment ist und ein Modul entwickelt hat, das in den folgenden Jahren zur Referenz und dem Standard schlechthin für derartige Anwendungen werden wird.

Der Prozess gestaltet sich wie folgt:

Der Verbraucher beschreibt sein Wohnzimmer dem Verkäufer im Geschäft (Abmessungen, Fenster, Kamin, Schränke, Beleuchtung usw.). Anhand des Programms kann der Verkäufer-Berater sofort das Wohnzimmer in den vom Verbraucher genannten Farben visualisieren.

Daneben wählt der Verbraucher das von ihm gewünschte Modell. Das Modell wird in das Wohnzimmer platziert, mitsamt den entsprechenden Funktionen wie höhenverstellbare Rückenlehne, ausschiebbar Sitzlehne, beweglicher Arm...

Der Verbraucher sieht auf dem Bildschirm, wie sein Modell in seinem Wohnraum aussehen würde: Passt es hinsichtlich Abmessungen, Farbe, Funktionen u.dgl.m. So sieht er eine 3-D-Vorstellung des Möbels in seinem Wohnzimmer, was ihm den Kauf erleichtern wird. Dies geht mit einem Vorteil für sowohl den Händler als auch den Verbraucher einher.

JORI wird im Laufe des Jahres 2008 das vollständige Sitzmöbelsortiment in eine 3-D-Umgebung umsetzen und das Paket den Händlern vorstellen.

III. LCD-Bildschirme neben jedem Modell im Geschäft

Der Verbraucher, der sich im Geschäft umschaute, sieht häufig nicht, dass ein bestimmtes JORI-Sitzmöbel viel mehr als das zu bieten hat, was mit dem bloßen Auge sichtbar ist (wie beispielsweise die verschiedenen Funktionen: Relaxfunktion, Fernsehsesselfunktion, verstellbare Rückenlehne u.dgl.m.).

Der Verkäufer kann nicht immerzu anwesend sein und so gehen viele nützliche Informationen verloren.

Deshalb wird JORI neben jedem Modell mit verstellbaren Funktionen einen LCD-Bildschirm aufstellen, der das Modell ständig in all seinen Facetten wiedergibt. Der Bildschirm wird auf diese Weise die Aufmerksamkeit des Verbrauchers auf das Modell lenken, bevor dieser sein Interesse verliert und (aus Unwissenheit) weiterläuft. Sobald der Verbraucher die Funktion kennt, kann er den Verkäufer anschließend um weitere Informationen bitten. Dies wird für den Händler auf jeden Vorteil einen Vorteil darstellen, vor allem an hektischen Verkaufstagen wie samstags und sonntags.

Für weitere Informationen können Sie jederzeit die folgenden Personen kontaktieren:

- JORI, Gudrun Goethals (Communication Department) unter der Nummer +32 (0)56 31.35.01, gg@jori.com oder auf der Website www.jori.com
- Trimedia, Matthias Meersschaert, unter +32 (2) 713 07 35 oder per Mail über mmeersschaert@trimedia.be

www.jori.com