

Mit einem 360-Grad Spiegel erfolgreich Kunden binden.

360ties emotion setzt auf ein völlig neues Roadshow Format im Textileinzelhandel und verknüpft gleichzeitig reale mit digitalen Kanälen. Ein möglicher Weg, um dem stationären Einzelhandel aus der Krise zu helfen, denn aktuell wird bereits fast ein Fünftel des Umsatzes bei Modeartikeln im E-Commerce gemacht. Umdenken ist angesagt und das Roadshow Konzept der Essener eine Alternative, die zudem E-Commerce mit stationärem Absatz verbinden kann - Multi Channel Marketing mit 360-Grad-Fotografie.

April 2013 Die grundlegende Herausforderung im Handel ist, die Kunden immer wieder neu zu begeistern, um sie ins Haus zu bekommen und zugleich ans Haus zu binden. Emotionen schaffen Aufmerksamkeit, die Interesse wecken und Akzeptanz schaffen. Im Ergebnis muss dafür gesorgt werden, dass der Kunde gerne zum Einkaufen kommt und dies immer wieder. Gerade im Textileinzelhandel kommt es auf das individuelle Erlebnis, die Faszination des Moments an. Der Kauf von Textilien ist ein emotionales Erlebnis bei dem so viele Sinne des Kunden angesprochen werden sollten, wie möglich. Je mehr Sinne beteiligt werden, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde überspringt das Produkt gekauft wird

Hier kommt das Roadshow Konzept von 360ties emotion ins Spiel. 24 Kameras, die gleichmäßig in einem Kreis aufgebaut sind, nehmen zeitgleich das Objekt in der Mitte rundum in 360-Grad auf. Das so entstandene Bild – eigentlich sind es 24 Einzelbilder - lässt sich drehen und gibt Blicke auf alle Seiten frei. Für die fotografierten Kunden bedeutet das, die sich in ihrem neuen Outfit von allen Seiten begutachten können, ohne sich den Kopf zu verrenken. Zusätzlich können diese das einzigartige Bild direkt auf ihrem Smartphone mitnehmen, im Nachhinein so oft betrachten, wie sie möchten und die [Emotionen des Moments](#) immer wieder neu erleben.

Während der Veranstaltung wird Impact erzeugt, er ist das Erfolgsrezept hinter 360ties emotion. Eingefrorene Gefühle verzaubern. Das eigene Ich von allen Seiten sehen und den Moment im Nachhinein immer wieder zu erleben, fasziniert mit allen Sinnen und bindet den Kunden ans Unternehmen. Ein einzigartiges Bild schafft eine Bindung zwischen Kunden und Textilien und dies durch einen hohen emotionalen Anteil dauerhaft. Doch damit nicht genug. Diese Faszination und Außergewöhnlichkeit möchten Menschen mit Anderen, Freunden und Fremden teilen. Die Fotos landen von selbst in Sozialen Netzwerken und dienen als Botschafter der Marke und der Roadshow. Die Unternehmen wiederum können diese [Bilder für ihren E-Commerce-Auftritt](#) nutzen und schaffen hierdurch eine wichtige Verbindung.

„Impact durch Erleben – Emotionen aktivieren und sorgen nachweislich für eine verbesserte Verarbeitung von Informationen, so die Geschäftsidee von 360ties emotion“, erläutert Wissert, Projektmanager bei 360ties emotion, Essen. „Mit unseren 360-Grad-Bildern sorgen wir auf

Roadshows dafür, dass die Botschaft des Händlers tatsächlich bei der Zielgruppe in den Social Media Kanälen ankommt“, fasst Wissert zusammen. Er betont nochmals, dass die Kommunikation mit der Zielgruppe nicht nach einer Veranstaltung endet, sondern mit den faszinierenden 360ties aktiv von Teilnehmern selbst und Händlern in den sozialen Netzwerken fortgeführt wird.

Egal, ob der Händler eine Marken- oder Image-Botschaft platzieren möchte, die 360-Grad-Fotografien integriert in eine Roadshow sind ein erfolgreicher Weg, den man z.B. auch in Kooperation mit namhaften Markenherstellern und eben im Rahmen einer Multi-Channel Strategie umsetzen kann. Oder mit anderen Worten: Modehandel 2020 neue Shopping Konzepte durch Emotionen und Digitalisierung.

Pressekontakt:

Dr. Christine Lötters
360ties emotion
Laupendahler Landstraße 39
45239 Essen
Tel. +49 (0) 201 48 64 48 73
Fax +49 (0) 201 48 64 48 79
Mobil: +49 (0) 171 – 48 11 803

Mail: loetters@360ties-emotion.de
www.360ties-emotion.de

Geschäftsführender Gesellschafter: Dirk Blanke, Amtsgericht Essen HRB: 20916, USt-IdNr.: DE2617819140

Unternehmensporträt

2012 als Tochter von 360ties gegründet, fokussiert sich 360ties emotion auf die mobile 360-Grad-Fotografie. Das etwas andere Fotostudio macht mit seiner mobilen One-Shot-Technologie 360-Grad-Ansichten auch außerhalb einer besonderen Studiokonstruktion, sprich on Location, auf Messen, Events und Konzerten etc. Bilder rundum und das an nahezu jedem Ort der Welt. So werden aus Events Erlebnisse, die auf unvergesslichen Fotos festgehalten werden und sofort in den Social Media Netzwerken der teilnehmenden Zielgruppen landen. Ein neuer Weg zur rasanten Verbreitung von emotionalen Botschaften im schwierigen Werbeumfeld der Social Media Kanäle.

Zum Gründerteam gehören der Medienexperte Dirk Wissert und der Fotograf Dirk Blanke. Blanke gründete bereits 2008 die 360ties-Studios und ist Marktführer im Bereich der 360-Grad-Fotografie. Für die mobile Aufnahmetechnik ist es ihm gelungen, spezielle Hard- und Softwarekomponenten zu entwickeln, die eine direkte Sichtung und Bearbeitung der Feindaten ermöglichen. So entstehen völlig neue Bilderwelten in jeder gewünschten Kulisse, als Basis für 360ties emotion.