



Text Marketing-Memo – Koop Uni Augsburg

Kooperation mit der Universität Augsburg zu Digitaler Markenführung

Chatbots, digitale Sprachassistenten und virtuelle Realität – neue Technologien an der Kundenschnittstelle führen zu neuen Chancen und Herausforderungen für die Gestaltung und Wahrnehmung von Marken. Studierende der Universität Augsburg haben die Auswirkungen dieser Technologien auf die Markenführung der DB untersucht und spannende Konzepte und Prototypen für die DB entwickelt.

Diese und weitere interessante News zum Thema Marke finden DB-interne Nutzer im DB Planet in der Gruppe „Welt der Marken“.

<https://db-planet.deutschebahn.com/workspaces/welt-der-marken/apps/timeline/timeline>

Post DB Planet – Koop Uni Augsburg

 Welt der Marken
vor 14 Tagen

#UniprojektAugsburg #Marke

Neun Masterstudenten aus Augsburg hat es gestern im Rahmen einer Hochschulkooperation zwischen GNM12 und dem Lehrstuhl Value Based Marketing der Uni Augsburg in die 18. Etage des Bahntowers verschlagen. In drei spannenden Präsentationen wurden die Technologien #MixedReality, #Chatbot und #Spracherkennung (#Alexa) hinsichtlich ihrer Auswirkung auf die Markenführung untersucht.

Besonders hat uns die Frage umgetrieben wie unsere Marke erkennbar wird, wenn keine visuellen Zeichen eingesetzt werden können. Wie im Falle von #Chatbots und #Alexa. Die Antwort liegt im Schaffen einer auditiven Markenpersönlichkeit.

Das Team #MixedReality konnte uns mit seiner Präsentation einen Eindruck über die Möglichkeiten dieser neuen Technologie vermitteln. Von standortübergreifender Zusammenarbeit bis hin zum Eventformat hat diese Technologie viel Potential für unsere Marke und unser Unternehmen.

Seinen Abschluss fand der Tag in einer Präsentation des Personalmarketings mit angeschlossener Q&A.

Für alle, die jetzt neugierig sind stehen alle Präsentationen der Studenten zum Download bereit.

Dieser Beitrag wurde vor 14 Tagen editiert.



Unser Anspruch:



Profitabler Qualitätsführer
Top-Arbeitgeber
Umwelt-Vorreiter