

Emotionale Aspekte bei der Auswahl der richtigen Komponenten

70 - 80 % der Kaufentscheidungen werden unterbewusst gefällt



Eines vorweg: der Mensch an sich ist eher irrational als rational angelegt. Gefühle und Emotionen bestimmen einen Großteil unseres Handelns. Das nimmt selbstverständlich auch Kaufentscheidungen nicht aus. Nun werden Sie vielleicht sagen, das gilt wohl im privaten Bereich, aber gilt das auch für die Prozesse beim Einkauf im Sektor B2B? Kauft das Auge auch mit beim Produktbeschaffungsprozess?



Autor:
Dipl. Ing. Ralph Tischer
Entwicklungsleiter
DISPLAY VISIONS GmbH
www.lcd-module.de

Im B2B-Bereich findet im Idealfall immer eine sorgfältige Abwägung von Vor- und Nachteilen, durch eine vielfältige und vielschichtige Informationsbeschaffung, statt. Doch auch im B2B-Bereich arbeiten „ganz normale“ Menschen, Menschen mit Vorlieben, Erfahrungen und einer eigenständigen Gefühlswelt. Das bedeutet im Umkehrschluss, es ist eine eher ungewöhnliche Übung, das Gefühl komplett „außen vor“ zu lassen und alle Prozesse zu jeder Zeit „kopfgesteuert“ durchzuführen. Die extensive Kaufentscheidung, also der eher rationale Prozess, wäre zwar wünschenswert, aber

der emotionale Anteil der Entscheidungsfindung steigt in den letzten Jahren stark an - nicht zuletzt durch den immer größer werdenden Zeitdruck und der Komplexität im Allgemeinen - auch die der Geräte und Anforderungen.

Selbst vermeintlich harte Spezifikationen wie z. B. hohe Qualität, Professionalität, Benutzerfreundlichkeit etc. lassen sich schwer in Werten darstellen oder gar vergleichen, und fallen somit unweigerlich zu einem großen Anteil in den emotionalen Bereich. Ebenso das Vertrauen in eine Marke oder die gute Erfahrung aus der Vergangenheit sind tief emotionale Prozesse. Das belegen unzählige Studien, und im Bereich Marketing werden diese Erkenntnisse schon länger unter den Begriffen „Neuroselling“ und „Neuromarketing“ zusammengefasst und gelehrt.

Der erste Eindruck

Er erzeugt unwillkürlich auch eine Reaktion in unserem limbischen System, besonders in der Amyg-

dala. Das positive oder nicht so gute Gefühl wird dann in unserem neuronalen Netzwerk abgespeichert. Dieses Gefühl ist automatisch mit dem Produkt verbunden und lässt sich im Nachhinein, gerade wenn es negativ ausfiel, nur noch mit viel Aufwand in ein positives Gefühl ändern. Es sind also nicht nur die „inneren Werte“ eines Gerätes die einen Verkaufserfolg ausmachen, einen großen Anteil trägt ein positiver Gesamteindruck bei - ohne Studium der technischen Daten.

Sehen wir uns einmal an, welche Komponenten den ersten Eindruck beeinflussen: das sind bei einem Gerät, ob Handheld oder Festeinbau, in jedem Fall das Gehäuse und dann vor allem das Display mit seinem Inhalt. Es sind also lediglich zwei Komponenten, welche im Idealfall für einen hochwertigen und professionellen Eindruck sorgen. Diese beiden helfen deshalb ganz wesentlich dabei, eine große Hürde beim Kaufentscheid zu nehmen. Es lohnt sich also in jedem Fall, bei der Auswahl etwas mehr Aufwand zu betreiben.

Denn ein guter Eindruck vermittelt gleichzeitig Professionalität. Diese wiederum ist Voraussetzung für z. B. perfekte Messwerte oder generell hervorragende Ergebnisse in allen Bereichen in denen das Gerät eingesetzt wird. Sekundärparameter wie z. B. eine lange Lebensdauer oder eine gute Verfügbarkeit samt Support schwingen hier automatisch mit.

All das vermittelt der äußere Eindruck, ohne die technischen Daten wirklich studiert zu haben. Einem Laien als Entscheider, dient dieser Eindruck gar als einzige Entscheidungshilfe.

Modernes Design, gut ablesbar

Out sind klobige, rechteckige Boxen mit eingeschraubten Komponenten - alles soll wie „aus einem Guss“ wirken. Schlanke Formen und eine „wertige“ Oberfläche ist gewünscht. Beides lässt sich gut durch ein Touchpanel mit Glas-

oberfläche erreichen. Dies fällt in den Bereich des Displays und oft sind solche Lösungen bereits als Standard ab Lager verfügbar. Weitere Vorteile wie zum Beispiel die schnelle und damit kostengünstige Montage solcher Touchpanel-Lösungen im Vergleich zu mehrfachen Montieren, Schrauben und Verdrahten von Einzelkomponenten, ist ein positiver Nebeneffekt den man gerne mitnimmt.

Für besonders hochwertige Designs lässt sich die Front in Größe und Form auch individuell anpassen, selbst Rundungen und Durchbrüche sind möglich. Mit einer individuellen Bedruckung erzeugt man ein unverwechselbares, marken-typisches Design. Möglich sind auch besondere Wünsche wie z. B. die Integration eines haptischen „Home-Buttons“ oder ein dickes „Panzerglas“ zum Schutz gegen grobe Behandlung.

Das Display

Einen wesentlichen Anteil am Erfolg beim Kaufentscheid hat also das Display, denn es ist das Aushängeschild des Gerätes. Wie ein „Fenster“ kokettiert es sozusagen mit den Funktionen des Gerätes, zeigt und erklärt alle Features. Helle und kontrastreiche Displays machen nicht nur Freude beim Ablesen, sondern sind gleichzeitig auch die auffälligste Werbung.

Optimale Größe

Wichtig ist in diesem Zusammenhang eine optimale Größe, denn das Gehäuse sollte nicht übermäßig groß im Vergleich zum Display gewählt werden. Da sich Displays nicht so gut anpassen lassen wie Gehäuse ist es ratsam, das Gehäuse „um das Display herum“ zu konstruieren und nicht das Display nach dem Gehäuse auszuwählen. Für die Gesamtgröße ist ein angemessener, nicht zu breiter Rand zu berücksichtigen, welcher die darunter liegenden Anschlüsse des Displays geschickt kaschiert. IPS- und AACS-Displays sind grundsätzlich eine gute Wahl. Allerdings sollte die Helligkeit um die 1.000 cd/m² betragen, bei Verwendung im Sonnenlicht sind die 1.000 cd/m² gar ein Muss.

Brillante Darstellung

Im Betrieb sind eine brillante Darstellung und ein schneller Bildaufbau von Bedeutung. uniTFT-Dis-

plays z. B. verfügen über einen integrierten Grafikbeschleuniger, der die Leistung des Displays optimiert und die Darstellung von anspruchsvollen Grafiken und Animationen perfektioniert. Der Bildschirminhalt wird hierbei bis zu 50x pro Sekunde neu aufgebaut. Eine umfangreiche Bibliothek von Softwarefunktionen zusammen mit einer benutzerfreundlichen Entwicklungsplattform unterstützen hier eine schnelle Umsetzung.

Der zweite Blick

Gehen wir also davon aus, dass wir den Kunden mit einem guten Design und einem hochwertigen Display überzeugen konnten, sich unser Produkt anhand eines Musters genauer anzusehen. Auch dann wird er in den seltensten Fällen sofort die Bedienungsanleitung studieren, sondern zuerst einmal, voller Erwartung, das Gerät einschalten. Bereits auf der ersten Bildschirmseite zahlt sich eine gut durchdachte Bedienlogik aus. Wenn sich der Anwender „heimisch“ fühlt, also alle wichtigen Features, ohne lange suchen zu müssen, direkt am Bildschirm findet, ist man bereits nahe am Ziel. Das bringt weitere, wertvolle Pluspunkte in unserem limbischen System, kann aber im schlimmsten Fall auch ein jähes Ende auf der Reise zum Kaufent-

scheid bedeuten. Somit gehört auch dieser Teil des Pflichtenheftes und der Stückliste in die frühe Definitionsphase, und ist außerdem mit einer hohen Priorität versehen. Die Umsetzung selbst lässt sich am besten während der Entwicklung anhand eines Funktionsmusters mit mehreren, unterschiedlichen Probanden optimieren. Zuvor hilft z. B. ein Simulator weiter, mit welchem unterschiedliche Bedienkonzepte getestet werden können, um so das Beste zu finden.

Über DISPLAY VISIONS

Wir haben gelernt, dass das Gehäuse, das Design generell und das Display die mit Abstand wichtigsten Komponenten für einen erfolgreichen Vertrieb sind. Erfolgt der Bezug dieser Teile über die „richtigen“ Lieferanten, dann stimmt auch der Unterbau, also die Qualität, die Verfügbarkeit und der Service. Und es gibt auch kein „böses Erwachen“ in der Serie. Oder kurzfristige Redesigns aufgrund von Abkündigungen oder Qualitätsproblemen.

So ein Lieferant im Bereich Displays ist z. B. DISPLAY VISIONS. Mit über 45-jähriger Erfahrung (früher unter dem Namen Electronic Assembly) und unzähligen, erfolgreich umgesetzten Projekten. Gelie-

fert werden brillante Qualität und ein zuverlässiger Support von der ersten Minute an. Die Produktpalette erstreckt sich von einfarbigen Anzeigen bis hin zu vollfarbigen, superhellen IPS-Displays und kompletten HMI-Einheiten mit Touchpanel für den Einbau. Die Displays wurden ohne Ausnahme speziell für den Einsatz in der Industrie entwickelt. Viele Tools, Demoboards und ein Simulator vereinfachen und verkürzen den Entwicklungsaufwand. Die Abstimmung erfolgt jeweils über den technischen Vertrieb und auch immer direkt mit den Entwicklungsingenieuren. Die Verfügbarkeit für 1 Stück ist genauso gegeben wie 1000-er Mengen in der Serie, meist für 10 Jahre oder länger.

2.000 verschiedene Displaytypen

Heute umfasst das Produktspektrum etwa 2.000 verschiedene Displaytypen ab 0,9“ für hochwertige Ausrüstungen im Handheldbereich wie auch für den Festeinbau. Zur Verfügung stehen Einbaulösungen mit und ohne Touch sowie viel Know-how und diverse Softwaretools. Dazu ein exzellenter Support und ein großes Lager. Die Kunden schätzen zudem die extrem langen Verfügbarkeiten der Baugruppen und Displays. ◀



Gefühle und Emotionen bestimmen einen Großteil unseres Handelns. Das nimmt selbstverständlich auch Kaufentscheidungen nicht aus. © Shutterstock.com