



CONEMO - OBJEKTIVE MESSUNG VON VERBRAUCHERURTEILEN

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Markus Köhler
Abteilung Qualitätsmanagement

DER HINTERGRUND

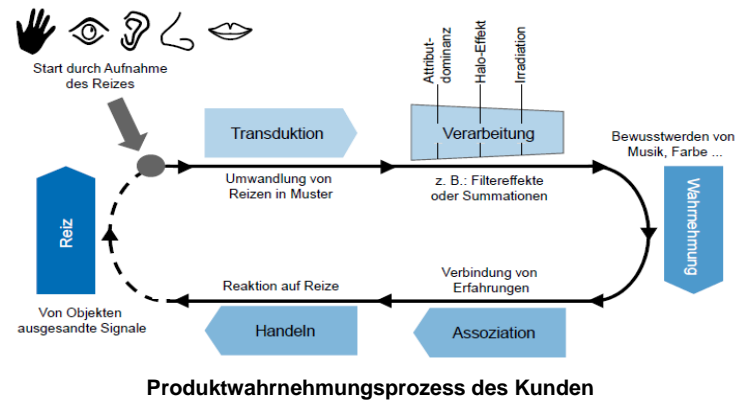
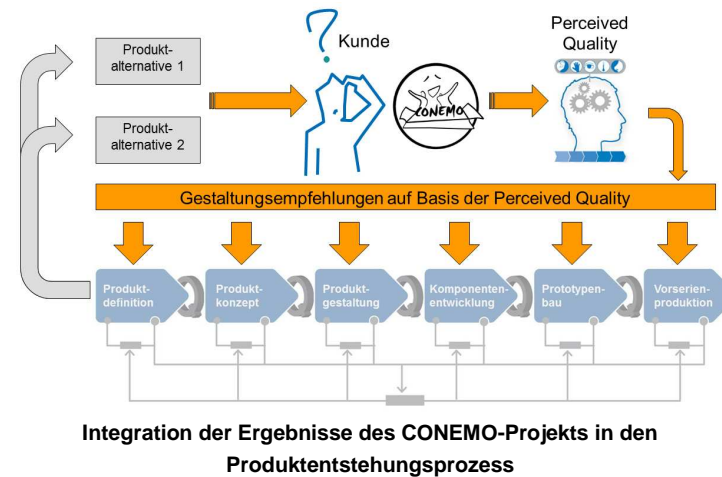
- Die subjektive Wahrnehmung des Kunden ist elementar für die Kaufentscheidung
- Die Herausforderung besteht darin, frühzeitig in der Produktentwicklung eine hohe Qualitätswahrnehmung zu gestalten
- Bislang gibt es keinen geeigneten systematischen und objektiven Ansatz

DIE ZENTRALEN ZIELSETZUNGEN

- Entwicklung einer Messdienstleistung zur Objektivierung von Kundenemotionalen
- Erstellung eines Kriterienkatalogs zur Quality Gate basierenden Integration erhobener Messdaten in den Produktentwicklungsprozess
- Einsparung von Entwicklungskosten durch Einbezug des Kundenurteils

DIE METHODEN

- Erfassung körperlicher Reaktionen und physiologische Parameter während der Produktinteraktion (z.B. Gesichtsmuskel-, Herzfrequenz- und Hautwiderstandsmessung sowie Blickbewegungsregistrierung)
- Ermittlung einer objektiven Datengrundlage über Kundenemotionalen
- Verknüpfung der Ergebnisse mit etablierten Methoden (u.a. Kansei-Engineering)



Mit freundlicher Unterstützung von:



Koordiniert durch:



Ein gemeinsames Projekt von:



INSTITUTO DE BIOMECÁNICA DE VALENCIA

