

Virtuelle Welten als Plattform für Virtual Customer Integration

Stefan Stieglitz, Tobias Brockmann

Institut für Wirtschaftsinformatik
Universität Münster
Leonardo-Campus 3
48149 Münster
stefan.stieglitz@uni-muenster.de
tobias.brockmann@uni-muenster.de

Abstract: Unternehmen haben bereits vor einigen Jahren erkannt, dass die Einbindung von Kunden in den produktorientierten Innovationsprozess zukünftig ein kritischer Erfolgsfaktor sein kann. Nicht nur die Bedürfnisse von Kunden können so besser erkannt werden, es können auch Ideen der Kunden aufgegriffen werden. Social Media bietet hierbei die Möglichkeit, Kunden virtuell und kostengünstig in Wertschöpfungsprozesse zu integrieren. Virtuelle Welten können durch dreidimensionale Darstellungen und umfassende Interaktionsmöglichkeiten sinnvoll Anwendung finden. Dieser Artikel thematisiert, inwiefern die Integration von Kunden im Hinblick auf die Ausprägung spezifischer Charakteristika von virtuellen Welten erfolgen kann.