

Wohnen digital und kundenorientiert: Gemeinsam auf der Suche nach dem  
Produkt Wohnen der Zukunft

---



**blackprint**  
**PROPTech BOOSTER**

---

## Teil 1: Theorie ~ 60'

### 1. Digitization is Real (Estate)! ~ 20'

*Beispiele für erfolgreiche Anwendungsfälle digitaler Technologien in der Immobilienbranche. Wie sie Ineffizienzen reduzieren und was wir daraus lernen können.*

### 2. Know your Customer – Please your Customer ~ 20'

*Warum Sie auf der Suche nach einem zukunftsfähigen Produkt (und nachhaltigem Wachstum) immer beim Kunden und nicht bei sich selbst anfangen sollten.*

### 3. Tool: The Augmented Product ~ 20'

*Wofür Kunden bezahlen, was diese erwarten und womit man sie wirklich vom Hocker reißen kann. Oder auch: Warum Sie mehr verkaufen können als nur ein Dach über dem Kopf.*

Teil 2: Praxis ~ 60‘

4. Gruppenarbeit ~ 30‘

*Entwerfen Sie mit unseren Tools Ideen für einen eigenen Ansatz kundengetriebener Produktinnovation.*

5. Diskussion ~ 15‘

*Offener Austausch zu Ihren Ideen: Wie kann das Produkt „Wohnen“ nachhaltig weiterentwickelt werden?  
Moderiert.*

6. Take-Aways ~ 15‘

*Wie die Erkenntnisse des Workshops auf einen Nenner gebracht werden können: Buzzwords und Ideen zum Mit-nach-Hause-nehmen.*

Teil 1: Theorie ~ 60‘

**1. Digitization is Real (Estate)! ~ 20‘**

*Beispiele für erfolgreiche Anwendungsfälle digitaler Technologien in der Immobilienbranche. Wie sie Ineffizienzen reduzieren und was wir daraus lernen können.*

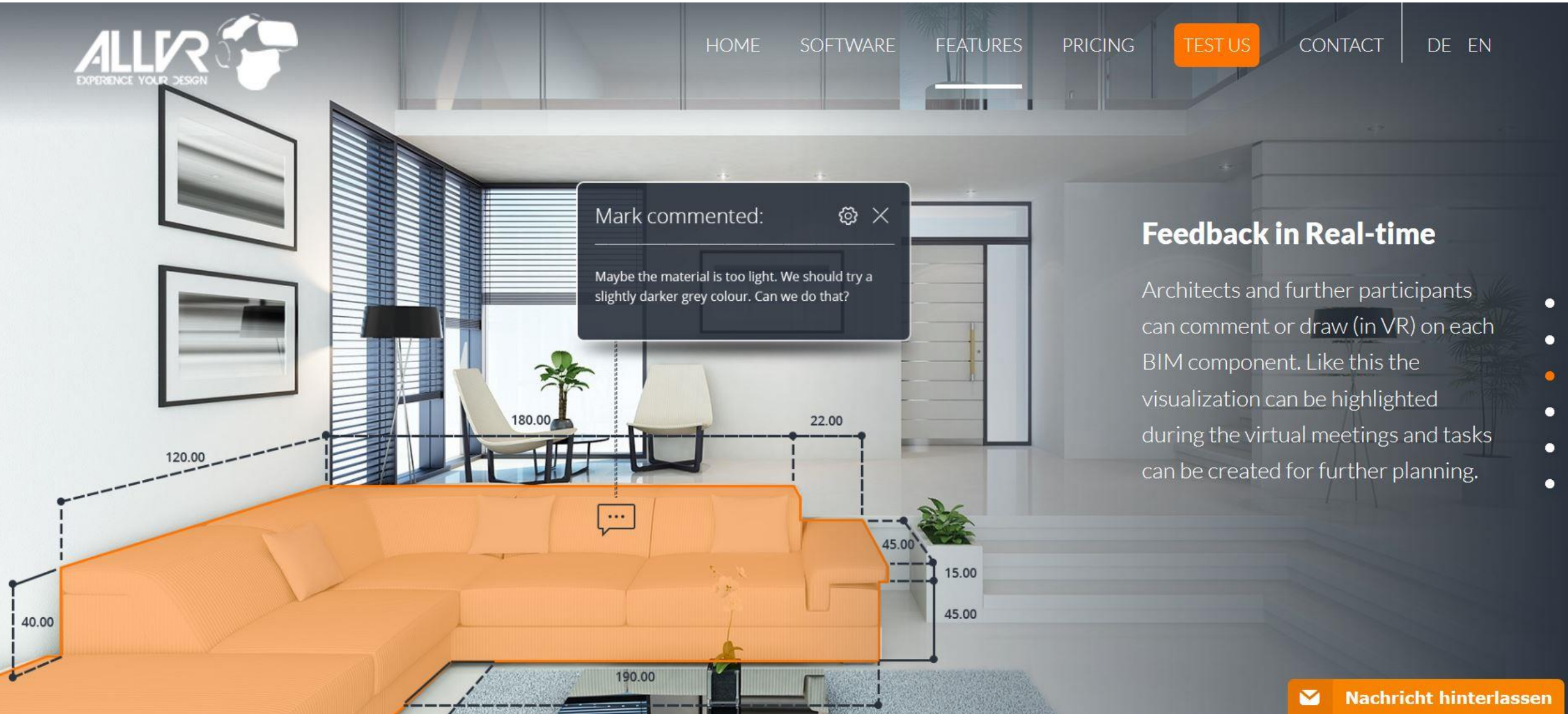
**2. Know your Customer – Please your Customer ~ 20‘**

*Warum Sie auf der Suche nach einem zukunftsfähigen Produkt (und nachhaltigem Wachstum) immer beim Kunden und nicht bei sich selbst anfangen sollten.*

**3. Tool: The Augmented Product ~ 20‘**

*Wofür Kunden bezahlen, was sie erwarten und womit man sie wirklich vom Hocker reißen kann. Oder auch: Warum Sie mehr verkaufen können als nur ein Dach über dem Kopf.*

# Digitalisierung AUSSERHALB der Wohnungswirtschaft



# 1. Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft

[About](#)

[Products](#)

[Clients](#)



[Blog](#)

[Jobs](#)

[Contact](#)

[DE](#)

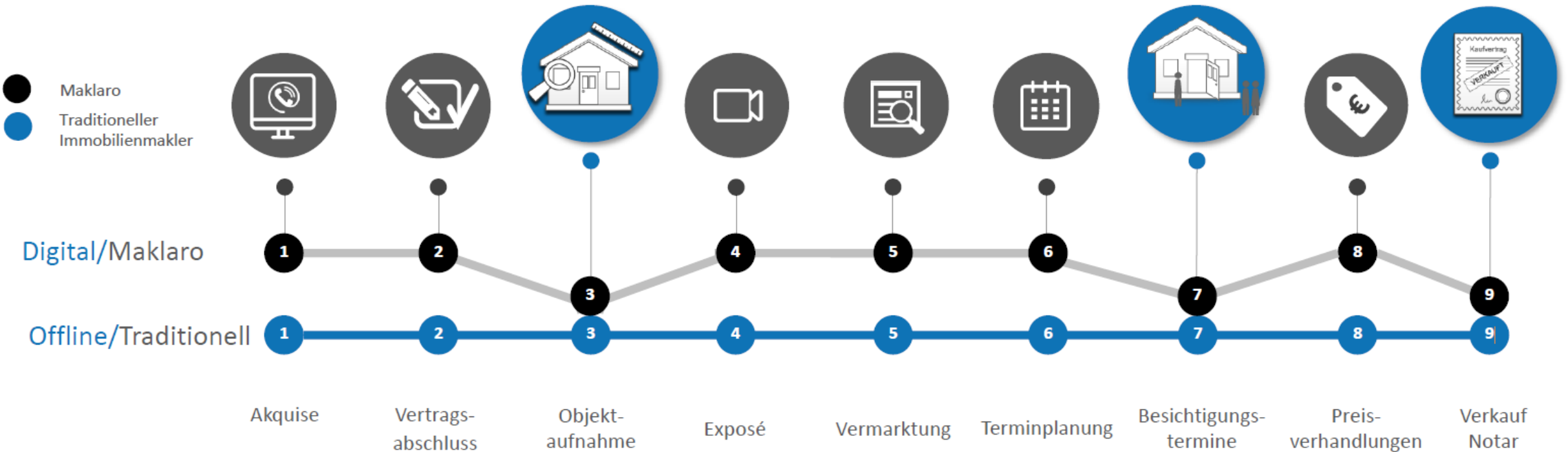
Digitalization of Real Estate Properties –  
For better Transparency, Predictability and  
Visualization.

# Digitalisierung INNERHALB der Wohnungswirtschaft



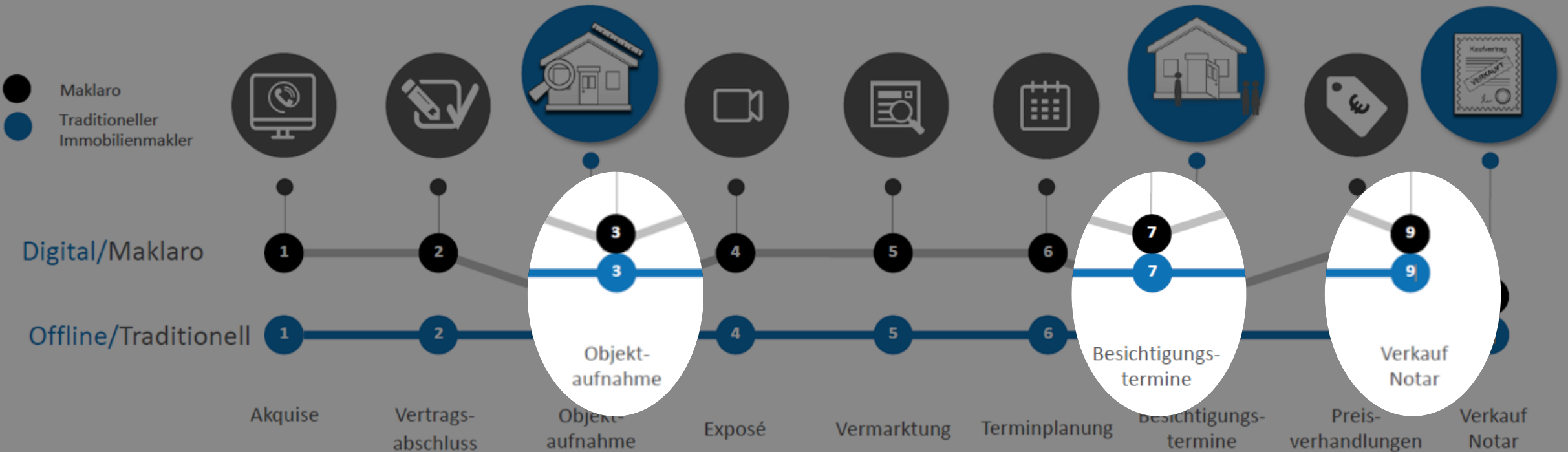
## PROZESSEXZELLENZ

Verkaufsprozess einer Immobilie



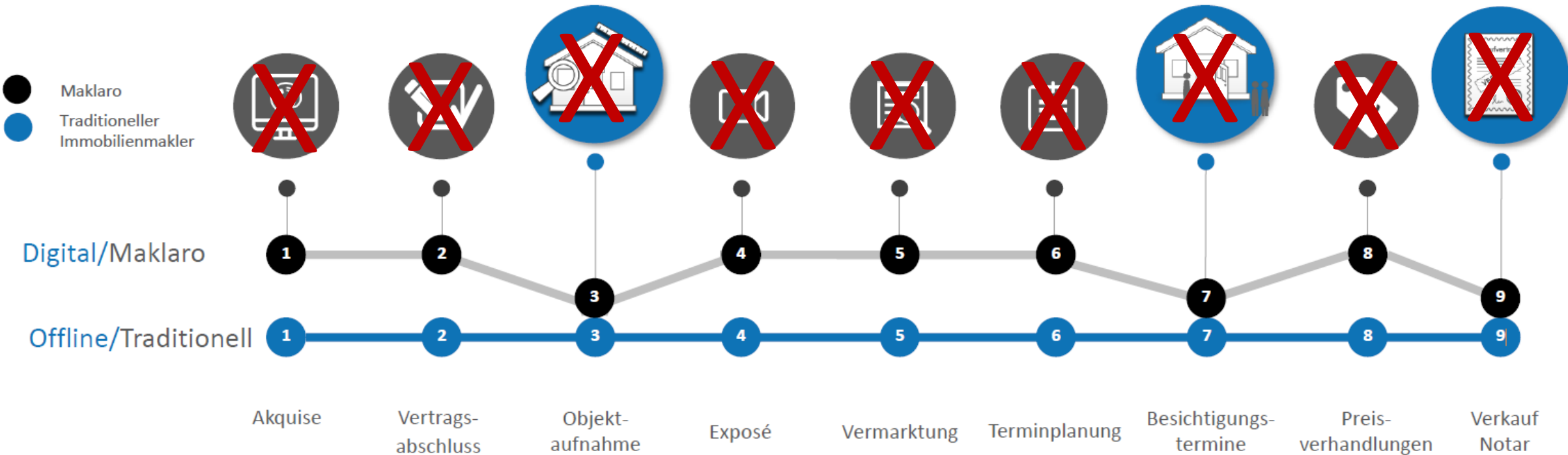
## PROZESSEXZELLENZ

Verkaufsprozess einer Immobilie



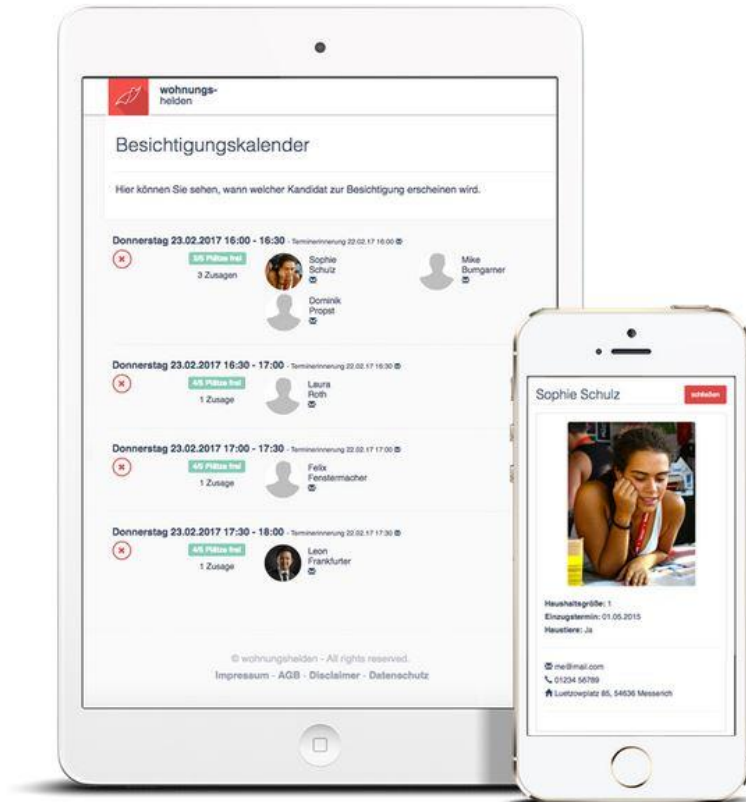
## PROZESSEXZELLENZ

Verkaufsprozess einer Immobilie





## Digitalisierung ohne Schnittstellen



### Sofort einsatzbereit

Die Webanwendung ist innerhalb von 24h einsatzbereit und stellt die optimale Ergänzung zu allen ERP- und Maklerlösungen dar.



### Kein Investitionsrisiko

Da keine Fixkosten für die Installation oder Integration anfallen, gehen Sie kein Investitionsrisiko ein.



### Transparente Kosten

Sie zahlen lediglich für die tatsächlich durchgeführten Vermietungen – unabhängig davon, wo und wie oft Sie inserieren.



### Überall verfügbar

Dank moderner Webtechnologie können Sie alle Informationen unterwegs und auf allen Endgeräten abrufen.

## Ihre Vorteile mit Habitalex



Günstiger als herkömmliche  
Hausverwaltungen



Alle Aktivitäten in einer Übersicht  
und in Echtzeit



Transparente Darstellung  
sämtlicher Kennzahlen



Persönliche Beratung mit  
innovativer Technologie

# 1. Digitalisierung in der Immobilienwirtschaft

Allthings

Kunden ▾

Editionen ▾

Partner

Developers

Magazine

Karriere

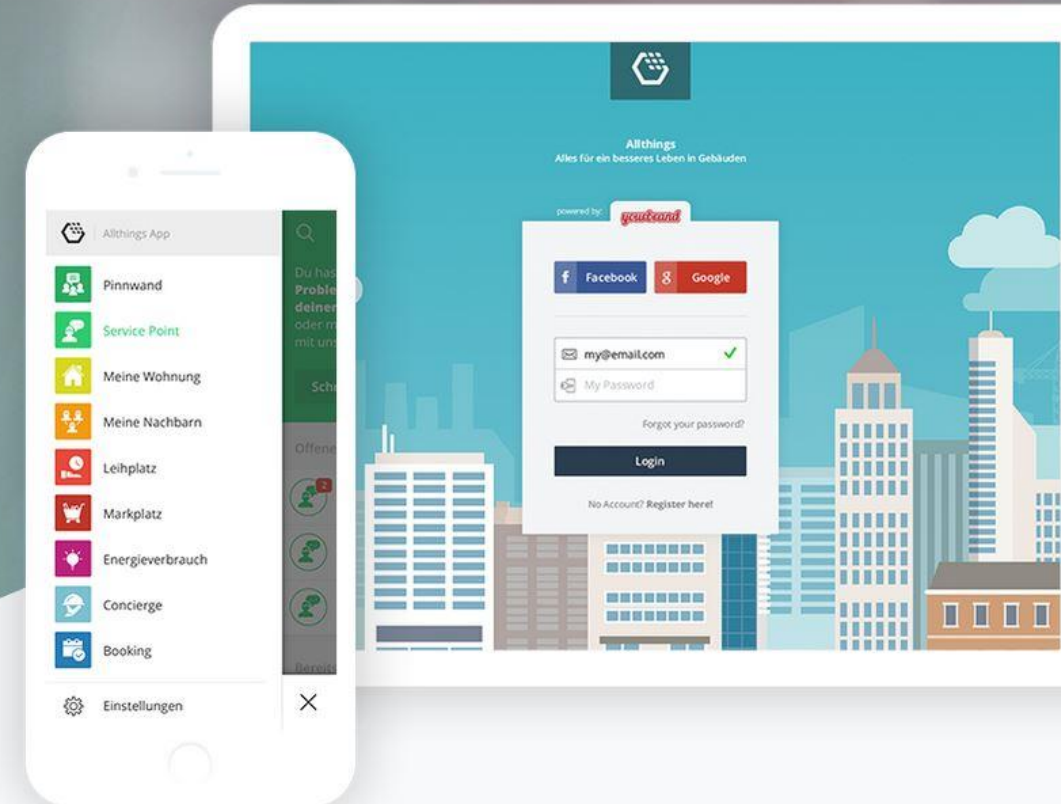
Kontakt DE ▾

DEMO ANFRAGEN

## Bis zu 3,5 Besuche pro Nutzer pro Woche

Effiziente Prozesse und eine **optimierte Kommunikation** zwischen Bewirtschaftung und Bewohnern erhöhen die **Mieterzufriedenheit**.

KOSTENLOSE DEMO ANFRAGEN



# Come in and drop off.



## Teil 1: Theorie ~ 60'

### 1. Digitization is Real (Estate)! ~ 20'

*Beispiele für erfolgreiche Anwendungsfälle digitaler Technologien in der Immobilienbranche. Wie sie Ineffizienzen reduzieren und was wir daraus lernen können.*

### 2. Know your Customer – Please your Customer ~ 20'

***Warum Sie auf der Suche nach einem zukunftsfähigen Produkt (und nachhaltigem Wachstum) immer beim Kunden und nicht bei sich selbst anfangen sollten.***

### 3. Tool: The Augmented Product ~ 20'

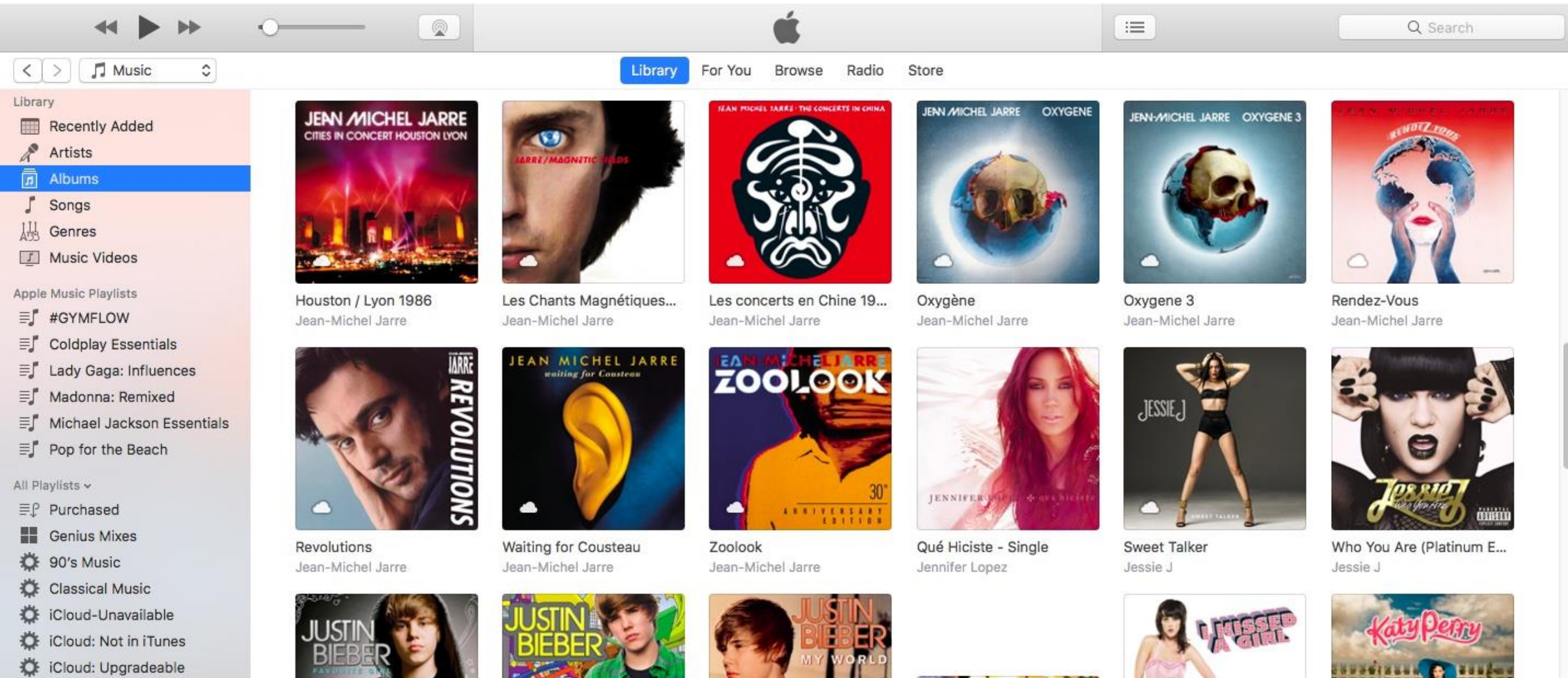
*Wofür Kunden bezahlen, was sie erwarten und womit man sie wirklich vom Hocker reißen kann. Oder auch: Warum Sie mehr verkaufen können als nur ein Dach über dem Kopf.*



## 2. Kundenorientierte Innovation



## 2. Kundenorientierte Innovation



The screenshot displays the Apple Music application interface. At the top, there is a navigation bar with playback controls (play/pause, skip, volume) on the left, the Apple logo in the center, and a search bar on the right. Below this is a secondary navigation bar with tabs for 'Library', 'For You', 'Browse', 'Radio', and 'Store'. The 'Library' tab is selected.

On the left side, there is a sidebar menu with the following sections:

- Library**
  - Recently Added
  - Artists
  - Albums** (highlighted)
  - Songs
  - Genres
  - Music Videos
- Apple Music Playlists**
  - #GYMFLOW
  - Coldplay Essentials
  - Lady Gaga: Influences
  - Madonna: Remixed
  - Michael Jackson Essentials
  - Pop for the Beach
- All Playlists**
  - Purchased
  - Genius Mixes
  - 90's Music
  - Classical Music
  - iCloud-Unavailable
  - iCloud: Not in iTunes
  - iCloud: Upgradeable

The main content area shows a grid of album covers. The first row includes:

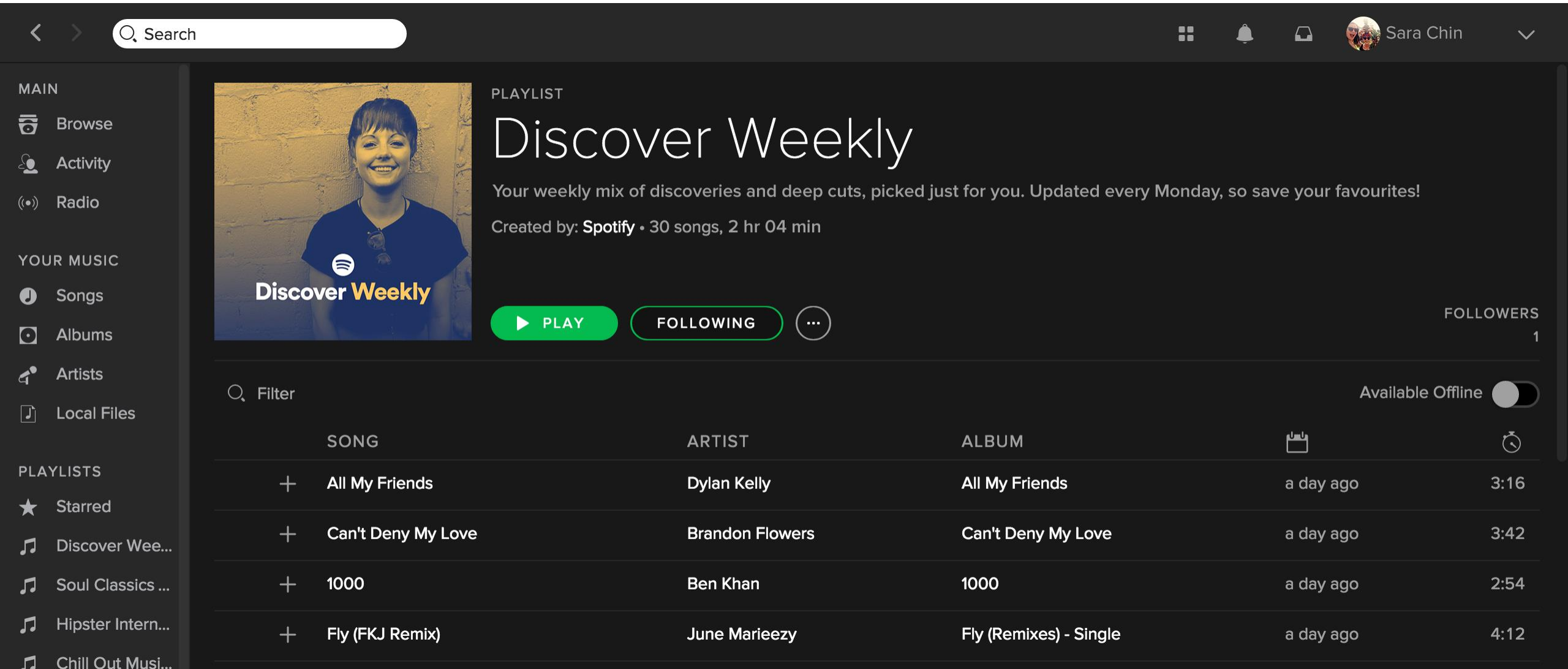
- Houston / Lyon 1986** by Jean-Michel Jarre
- Les Chants Magnétiques...** by Jean-Michel Jarre
- Les concerts en Chine 19...** by Jean-Michel Jarre
- Oxygène** by Jean-Michel Jarre
- Oxygene 3** by Jean-Michel Jarre
- Rendez-Vous** by Jean-Michel Jarre

The second row includes:

- Revolutions** by Jean-Michel Jarre
- Waiting for Cousteau** by Jean-Michel Jarre
- Zoolook** by Jean-Michel Jarre
- Qué Hiciste - Single** by Jennifer Lopez
- Sweet Talker** by Jessie J
- Who You Are (Platinum E...** by Jessie J

The third row shows the beginning of another row with:

- JUSTIN BIEBER** (album cover)
- JUSTIN BIEBER** (album cover)
- JUSTIN BIEBER** (album cover)
- I MISSED A GIRL** (album cover)
- Katy Perry** (album cover)



The screenshot shows the Spotify interface for the 'Discover Weekly' playlist. The header includes navigation icons, a search bar, and the user's profile 'Sara Chin'. The left sidebar lists 'MAIN' (Browse, Activity, Radio) and 'YOUR MUSIC' (Songs, Albums, Artists, Local Files) options. The main content area features the playlist cover, title 'Discover Weekly', and a description: 'Your weekly mix of discoveries and deep cuts, picked just for you. Updated every Monday, so save your favourites!'. It is created by Spotify and contains 30 songs, 2 hr 04 min. Below the title are 'PLAY', 'FOLLOWING', and a menu icon. A 'FOLLOWERS' count of 1 is shown. A table of songs is displayed with columns for song name, artist, album, and release date, along with an 'Available Offline' toggle.

SONG	ARTIST	ALBUM	Available Offline	
+ All My Friends	Dylan Kelly	All My Friends	<input type="checkbox"/>	a day ago 3:16
+ Can't Deny My Love	Brandon Flowers	Can't Deny My Love	<input type="checkbox"/>	a day ago 3:42
+ 1000	Ben Khan	1000	<input type="checkbox"/>	a day ago 2:54
+ Fly (FKJ Remix)	June Marieezy	Fly (Remixes) - Single	<input type="checkbox"/>	a day ago 4:12



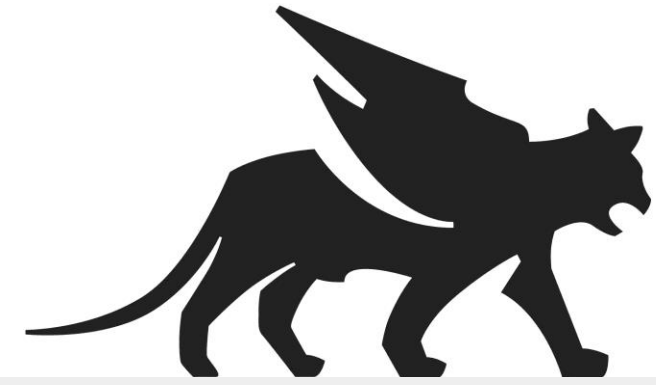
NETFLIX

# See what's next.

ÜBERALL ANSEHEN. JEDERZEIT KÜNDBAR.

GRATISMONAT BEGINNEN

Einloggen



# OUTFITTERY

**Gut aussehen war noch nie so einfach!**



### **Erhalte eine persönliche Box**

Deine Box wird genau anhand Deiner Vorlieben, Größe und Budget zusammengestellt.



### **Wir übernehmen für Dich die Arbeit**

Damit du Dich mit der Kleidung auch gut fühlst, wählt dein Stylist die Artikel genau für Dich aus.



### **Probiere es zu Hause an. Behalte, was Du magst.**

Du bezahlst nur für die behaltenen Artikel. Der Hin- und Rückversand wird von uns übernommen.

## 2. Kundenorientierte Innovation



## 2. Kundenorientierte Innovation



Wer ist mein Kunde?



Was sind seine Ziele?



Wie ist sein Tagesablauf?



Welche Probleme hat er?



Customer Persona


## 2. Kundenorientierte Innovation





## 2. Kundenorientierte Innovation


PERSONA PROFILE



STEVE, 47

How he finds us


- He was referred onto by someone he trusts.
- He comes to the website at the beginning of his buying journey.
- He isn't interested in using the information on the site beyond research.



Who is he?

Pain points


- The size of the service team is very important to him.
- There are five other people involved in the buying decision.
- He wants a competitive price with strong experience.



He is an innovator and isn't afraid to take risks.

What he wants to know

- Latest projects
- Expertise
- He is looking for a partner-led approach
- Testimonials
- Awards



Why he buys from us?

What he doesn't want

- He doesn't want to pay large fees. Value for money is important.

SERVICE TEAMS

Price and Expertise

BRIGHTSPARK Consulting

## 2. Kundenorientierte Innovation



Welche Berührungspunkte hat mein Kunde mit meinem Produkt?



Auf welchen Kanälen bewegt er sich?



Was macht er in der Situation?

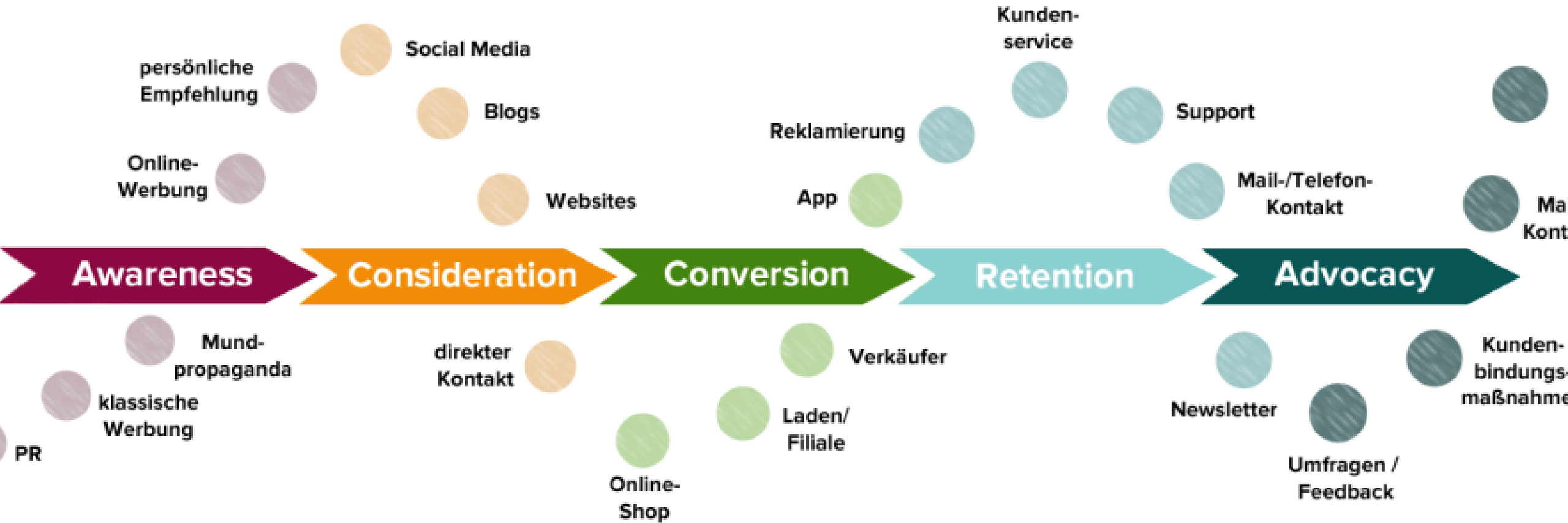


Was denkt/fühlt er in der Situation?

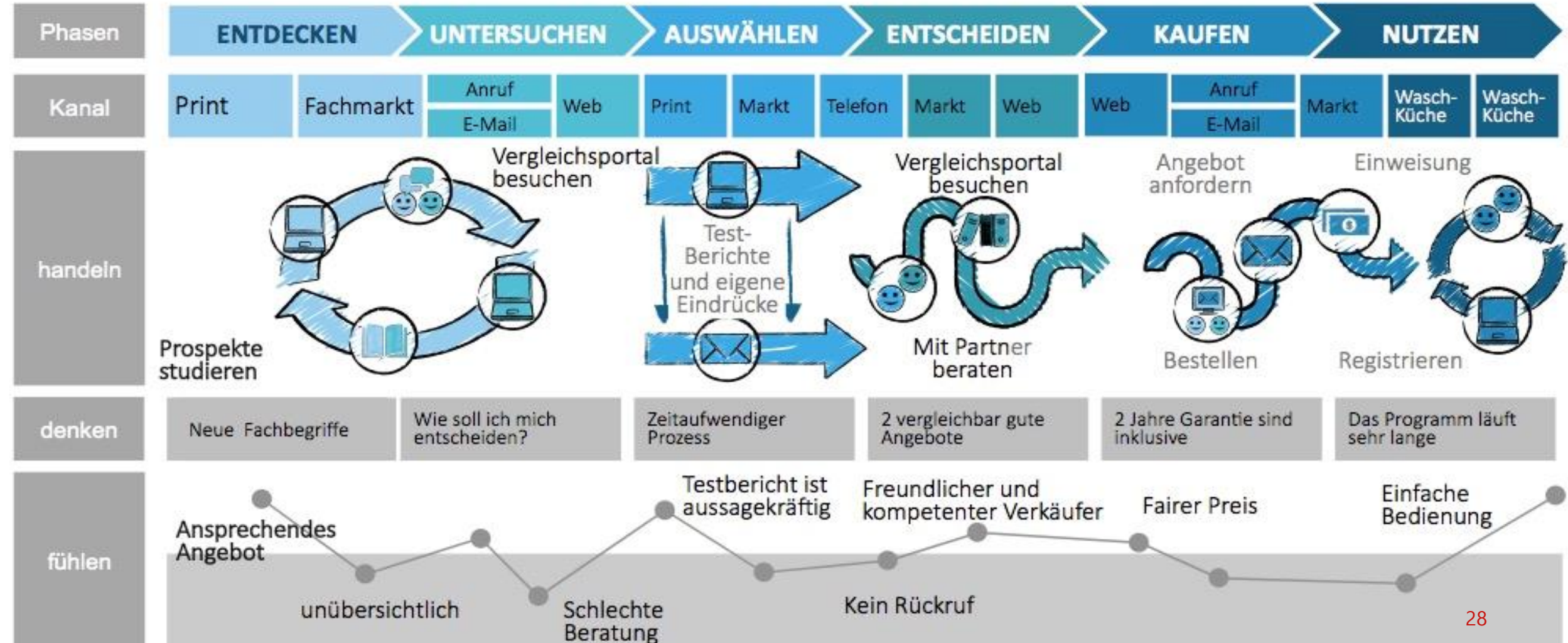


Customer Journey

## 2. Kundenorientierte Innovation



# CUSTOMER JOURNEY / Kauf einer Waschmaschine



## Teil 1: Theorie ~ 60'

### 1. Digitization is Real (Estate)! ~ 20'

*Beispiele für erfolgreiche Anwendungsfälle digitaler Technologien in der Immobilienbranche. Wie sie Ineffizienzen reduzieren und was wir daraus lernen können.*

### 2. Know your Customer – Please your Customer ~ 20'

*Warum Sie auf der Suche nach einem zukunftsfähigen Produkt (und nachhaltigem Wachstum) immer beim Kunden und nicht bei sich selbst anfangen sollten.*

### 3. Tool: The Augmented Product ~ 20'

***Wofür Kunden bezahlen, was sie erwarten und womit man sie wirklich vom Hocker reißen kann. Oder auch: Warum Sie mehr verkaufen können als nur ein Dach über dem Kopf.***

# Was ist das Produkt?

### 3. Product Augmentation



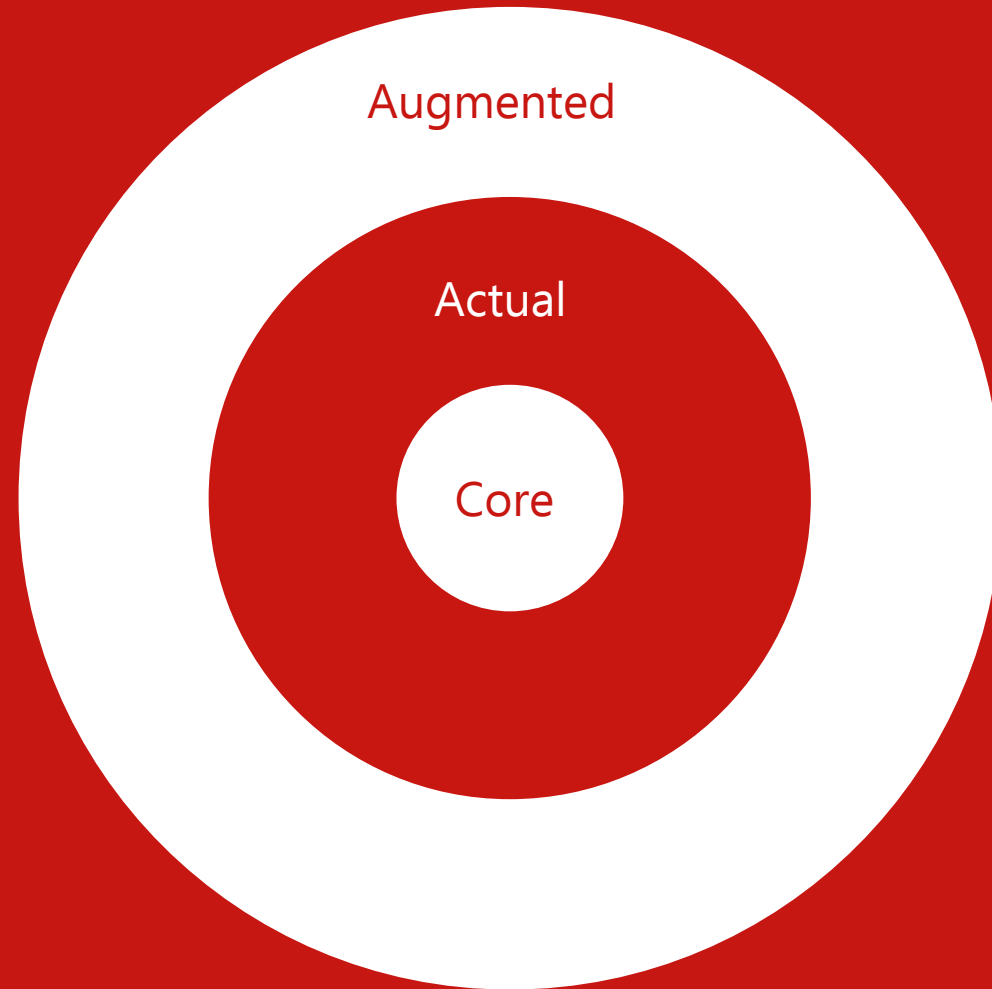
MP3 – Player?



Bedienerfreundlichkeit?

Jedes Lied dieser Welt jederzeit  
abspielen können?

### 3. Product Augmentation

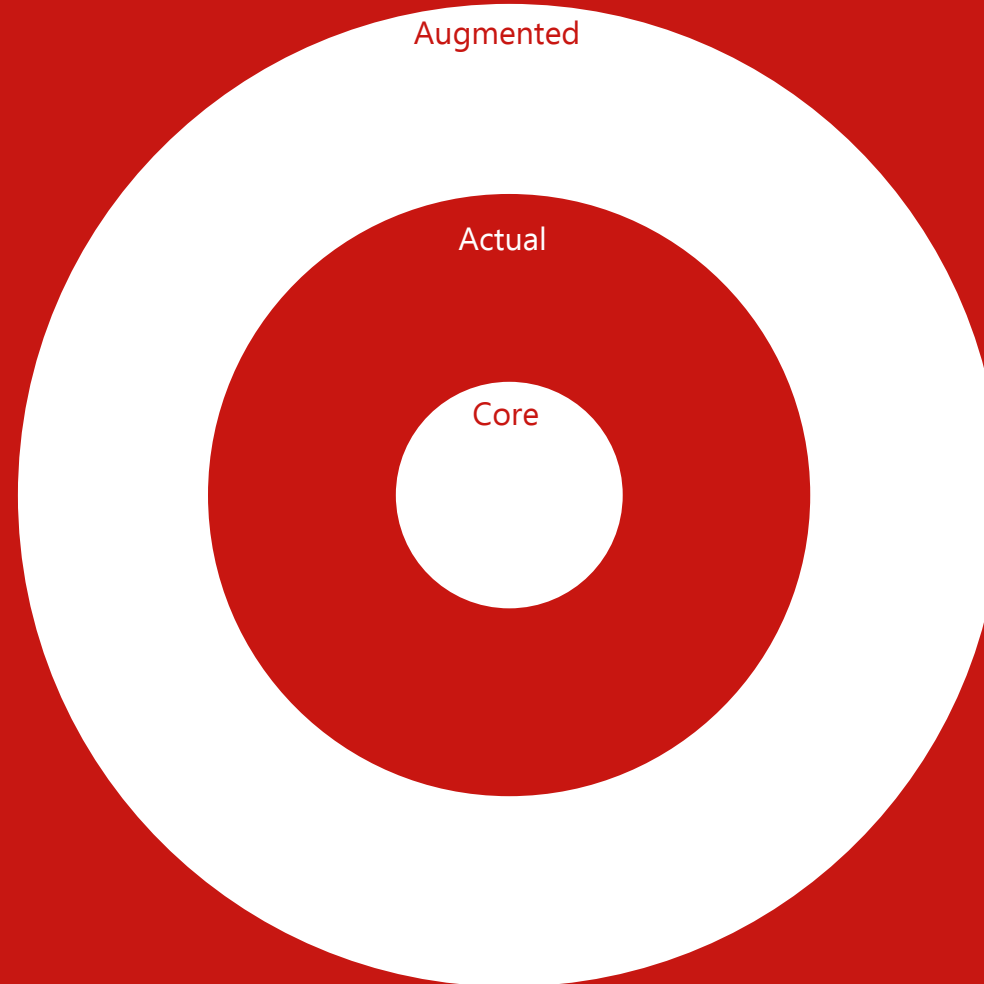


Core:

*Das grundlegende  
Wertversprechen*

Actual:

*Das, wofür man eigentlich  
Geld bezahlt, das Physische  
Produkt*



Augmented:

*Oftmals "nicht anfassbar",  
zusätzliche Leistungen oder  
Wertversprechen, die mit dem  
Actual Product  
zusammenhängen und  
aktiviert werden können.*

## 3. Product Augmentation

### Core

- Musik hören

### Actual

- Speicher, Prozessor, Bedienelemente
- Betriebssystem
- Bedienerfreundlichkeit
- Design



### Augmented

- iTunes Music Store
- Apps
- Interaktion mit Freunden
- Farbliche Hüllen

Komfort & Individualisierung



Astra

Corsa

Insignia

Zafira



Preisvorteil bis zu **€ 4.000\***

# OPELFLAT

» 3 Jahre Garantie\*\*

» 3 Inspektionen\*\*

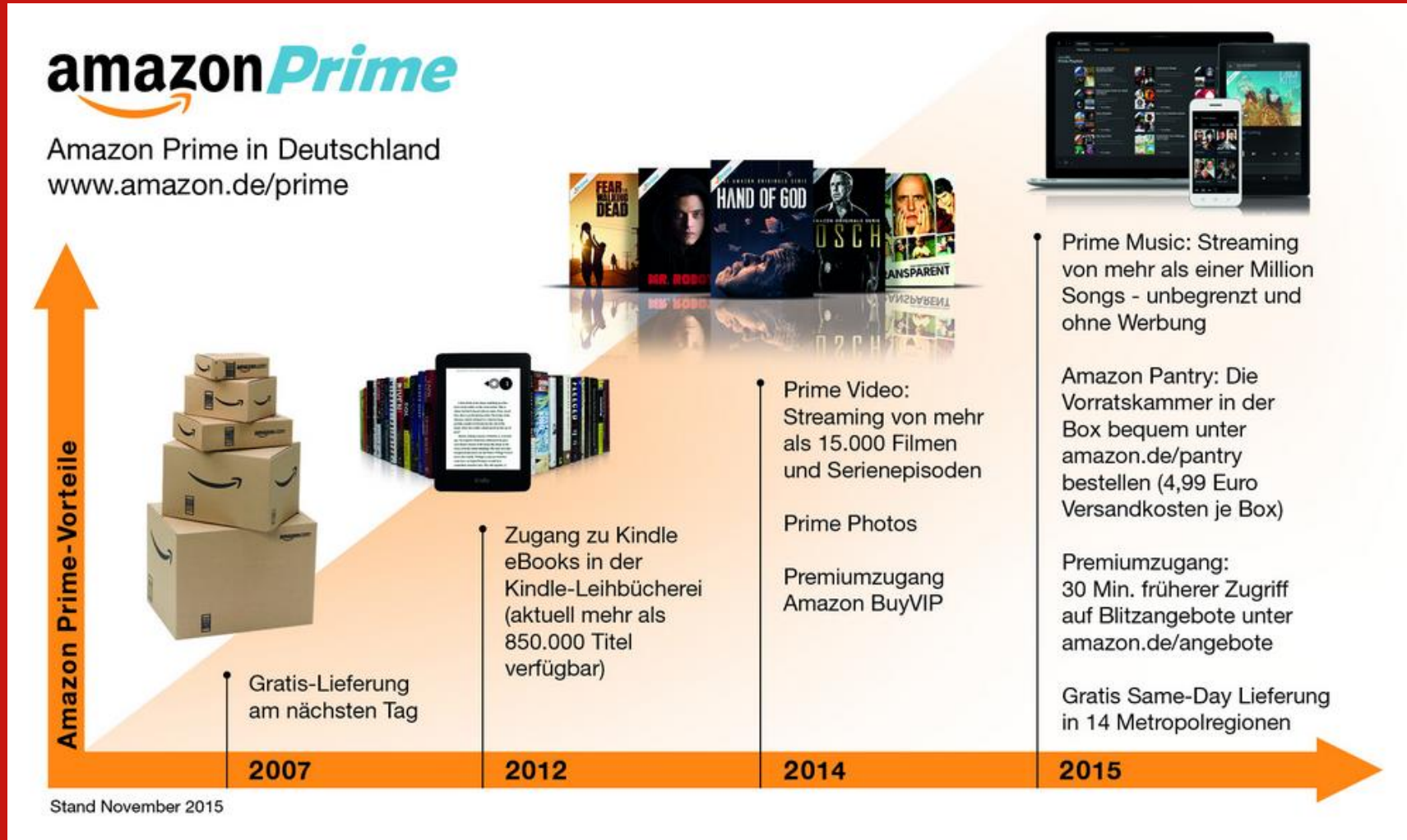
» 3 Jahre Mobilservice  
europaweit



### 3. Product Augmentation



### 3. Product Augmentation





Teil 2: Praxis ~ 60‘

4. **Gruppenarbeit ~ 30‘**

*Entwerfen Sie mit unseren Tools Ideen für einen eigenen Ansatz kundengetriebener Produktinnovation.*

5. **Diskussion ~ 15‘**

*Offener Austausch zu Ihren Ideen: Wie kann das Produkt „Wohnen“ nachhaltig weiterentwickelt werden?  
Moderiert.*

6. **Take-Aways ~ 15‘**

*Wie die Erkenntnisse des Workshops auf einen Nenner gebracht werden können: Buzzwords und Ideen zum Mit-nach-Hause-nehmen.*

Sie sind neuer Head of Product Development in Ihrem Wohnungsunternehmen und werden beauftragt ihre Firma „Fit für die Zukunft“ zu machen.

Nutzen Sie die Templates zu Customer Persona, Customer Journey und Augmented Product, um Ihr Angebot in der Wohnungswirtschaft kundenbasiert zu erweitern.

Teil 2: Praxis ~ 60‘

4. Gruppenarbeit ~ 30‘

*Entwerfen Sie mit unseren Tools Ideen für einen eigenen Ansatz kundengetriebener Produktinnovation.*

5. **Diskussion ~ 15‘**

***Offener Austausch zu Ihren Ideen: Wie kann das Produkt „Wohnen“ nachhaltig weiterentwickelt werden? Moderiert.***

6. Take-Aways ~ 15‘

*Wie die Erkenntnisse des Workshops auf einen Nenner gebracht werden können: Buzzwords und Ideen zum Mit-nach-Hause-nehmen.*

## 5. Diskussion

Teil 2: Praxis ~ 60‘

4. Gruppenarbeit ~ 30‘

*Entwerfen Sie mit unseren Tools Ideen für einen eigenen Ansatz kundengetriebener Produktinnovation.*

5. Diskussion ~ 15‘

*Offener Austausch zu Ihren Ideen: Wie kann das Produkt „Wohnen“ nachhaltig weiterentwickelt werden?  
Moderiert.*

6. **Take-Aways ~ 15‘**

***Wie die Erkenntnisse des Workshops auf einen Nenner gebracht werden können: Buzzwords und Ideen zum Mit-nach-Hause-nehmen.***

**Kenne Sie Ihren Kunden**

**Erweitern Sie Ihr Produkt**

**Integrieren Sie Vertikal**

**Kontrollieren Sie Ihre Kanäle**

## Lean Methodik & Agiles Prozessmanagement:

„Woher weiß ich nun, das meine Annahmen stimmen?“

**Produkte am Markt testen und entwickeln, oder auch:  
Wie man es vermeidet, am Markt vorbei zu entwickeln.**



Name:  
Geschlecht:  
Alter:  
Familienstatus:  
Job:  
Hobbies:



Tagesablauf:



Motivation & Ziele:



Probleme & Emotionen:





Berührungspunkt



Kanäle



Aktion



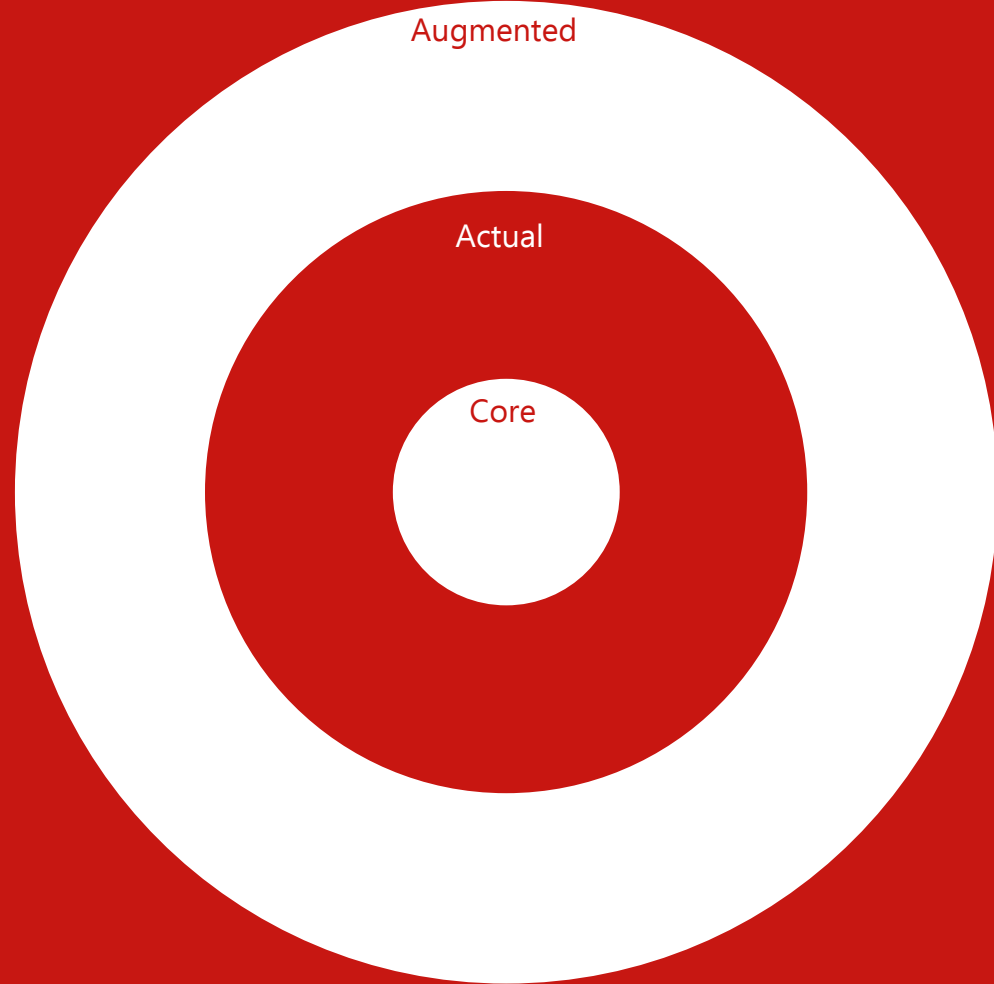
Emotion



# Template 3: Augmented Product

Core

Actual



Augmented