

Analyse des Einsatzes von Pepper in der Customer Journey

Ansprechpartnerin: M. Sc. Mi Nguyen

Geeignet als: Bachelor- / Masterarbeit

Untersuchungsgegenstand:

Was früher in Hollywood-Filmen noch reine Fiktion war, hält nun im Zuge der sich rasant entwickelnden Robotertechnologien immer stärker Einzug in den Alltag des Menschen. Service-Roboter finden ihren Einsatz zunehmend in der Praxis. So z. B. wird der menschenähnlich aussehende (humanoide) Roboter *Pepper* bereits in verschiedensten Bereichen eingesetzt, u. a. Einzelhandel, Bibliotheken und Hotels. Seine Aufgabe ist es, den Kunden zu unterhalten und emotional zu begeistern, aber auch funktionale, digitale Serviceleistungen (sog. Smart Services) zu bieten. Der Einsatz von Pepper in der Customer Journey ist daher vielfältig. Ziel der Arbeit ist folglich, Gestaltungsempfehlungen für einen nutzenstiftenden Einsatz von Pepper abzuleiten.

Mögliche Inhaltsschwerpunkte, Fragestellungen und Untersuchungsansätze:

- Definition und Abgrenzung der verschiedenen Roboterbegriffen und -typen, u. a. Service-Roboter und humanoide Roboter
- State of the Art der Forschung zu Service-Robotern in der Marketingwissenschaft
- Charakterisierung der von Service-Robotern erbringenden Smart Services
- Skizzierung der Customer Journey an einem ausgewählten Praxisbeispiel
- Konzeptionierung des möglichen Einsatzes von Pepper in der Customer Journey
- Durchführung einer Nutzwertanalyse, z. B. MaxDiff mit der Software Sawtooth
- **Masterarbeit:** zusätzliche Vergleichsanalyse zweier Szenarien, in denen einerseits Pepper nicht eingesetzt und andererseits Pepper eingesetzt wird

Einstiegsliteratur:

Mende, Martin/Scott, Maura L./van Doorn, Jenny/Grewal, Dhruv/Shanks, Ilana (2019): Service Robots Rising: How Humanoid Robots Influence Service Experiences and Elicit Compensatory Consumer Responses, in: Journal of Marketing Research, 56(2019), Nr. 4, S. 535-556.

van Doorn, Jenny/Mende, Martin/Noble, Stephanie M./Hulland, John/Ostrom, Amy L./Grewal, Dhruv/Petersen, J. Andrew (2017): Domo Arigato Mr. Roboto: Emergence of Automated Social Presence in Organizational Frontlines and Customers' Service Experiences, in: Journal of Service Research, 20(2017), Nr. 1, S. 43-58.

Weiber, Rolf/Nguyen, Mi (2022): Social Robot Experience: Ein Konzept der Smart Service Experience mit sozialen Service-Robotern, in: Bruhn, Manfred/Hadwich, Karsten (Hrsg.), Smart Services, Wiesbaden 2022 (im Druck).