

Praktika & Abschlussarbeiten

Wir suchen:

Wirtschaftspsychologen (w/m/d) mit dem Schwerpunkt **Marktpsychologie und Marketing** zum nächstmöglichen Zeitpunkt

Wie verändert sich der Handel in der Foodservice-Branche in den nächsten 5 Jahren?

In der „**neuen Normalität**“ beobachten wir ein verändertes Konsumverhalten. Offline-Käufer werden zu Online-Shoppern und überwinden ihre Pfadabhängigkeit. Der traditionelle stationäre Handel wird zunehmend Kundengruppen verlieren, wenn er die Digitalisierung weiter von sich weist.

Eine Chance stellt die **Omni-Channel**-Strategie dar, welche den Brick-and-Mortar-Stores ermöglicht, ihre Kunden sowohl online als auch offline zu erreichen („adding clicks to bricks“). Was im Non-Food-Bereich teilweise schon gängiger Alltag ist, stellt den Food-Sektor vor enorme Herausforderungen.

Im Netrocks **Living Lab „From Trade to plate“** forschen wir für unsere Foodservice-Kunden (wie bspw. Bäckereien) an innovativen digitalen Geschäftsmodellen, welche wir mit empirischen Arbeiten stützen.

- Wie werde ich Konsummustern wie dem „Research Shopper Phänomen“ gerecht?
- Wie muss ein Online-Auftritt gestaltet sein, damit der Kunde seinen Einkauf im stationären Handel abschließt (Stichwort: Channel-Hopping)?
- Verändert sich die Zahlungsbereitschaft, wenn ich Prozesse digitalisiere und Kunden ihr Essen bspw. von einem Roboter serviert bekommen?

Unser Angebot:

- 3-monatiges Praktikum
- Gemeinsame Themenfindung für deine Bachelorarbeit
- Einarbeitung in dein Thema und Zugang zu unserem Netzwerk
- Erste Berufserfahrung in einem innovativen und abwechslungsreichen Aufgabengebiet
- Junges Team mit Startup-Atmosphäre
- Flexible Arbeitszeiten

Ansprechpartnerin:

Netrocks GmbH
Marie-Luise Meyer
Albert-Einstein-Straße 28
49076 Osnabrück
www.netrocks.info

Über uns:

Bei der Netrocks GmbH verbinden wir die Entwicklung individueller Software und Plattformen mit unserer Digitalisierungsberatung und der Konzeptionierung innovativer Geschäftsmodelle. In einem interdisziplinären Team aus Entwicklern, UX/UI-Designern, Marketer, Wirtschaftsinformatikern und -psychologen erarbeiten wir Lösungen für die digitalen Herausforderungen unserer Kunden. Mit Hilfe des Design Thinking Ansatzes schaffen wir vor allem nutzerzentrierte Ergebnisse, die entscheidende Wettbewerbsvorteile in einer digitalen Welt hervorbringen.

Um branchenspezifischen Anforderungen gerecht werden zu können, forscht Netrocks u. a. in ihrem Living Lab. Hier werden Store- und Delivery-Konzepten digital mit NTRX Software untermauert und für den B2B-Kunden erlebbar gemacht. Durch unsere Netrocks Research verstehen wir die Customer Experience und adaptieren unsere Software, welche die Customer Journey begleitet, stetig. Wir sind immer zwei Schritte voraus, aber vergessen dabei nicht unseren Kunden an die Hand zu nehmen.