



INTERAKTIVES MARKETING AM DIGITALEN POS

Innovative Praxisbeispiele für erfolgreiche Kommunikationslösungen am Point of Sale

Der Point of Sale (POS) ist der wichtigste Touchpoint für den Kaufimpuls im stationären Handel. Hier entscheidet sich, ob der Kunde zugreift oder doch ein Konkurrenzprodukt wählt. Und: Der POS bietet zahlreiche attraktive Einsatzmöglichkeiten für aufmerksamkeitsstarke digitale Werbeformate. Mit einiger Verspätung startet nun auch in Deutschland die Digitalisierung des POS durch. Dieses SPOTLIGHT stellt vier Praxisbeispiele vor, die pilot Screentime exklusiv entwickelt hat.

Für fast alle Marken ist der POS einer der größten Hebel zur Umsatzsteigerung. Deswegen überlegen immer mehr Marketing-Entscheider, welche Rolle dem Point of Sale und Point of Interest (POI) während einer Customer Journey zugeordnet werden sollte. Und wie sich auch hier die Markenauftritte zeitgemäß und aufmerksamkeitsstark digitalisieren lassen. Interaktivität und Gamification stehen ganz oben auf der Agenda.

Größte Herausforderung dabei: Das inhaltliche Konzept einer digitalen POS-Lösung sollte immer zur Situation und Multichannel-Strategie der jeweiligen Marke passen. Daher ist es nicht damit getan, ein paar digitale Screens aufzuhängen oder iPads auszulegen.

Sichtbarkeit und Aktivierung

Mit einem sinnvoll vernetzten digitalen POS können Kunden vor allem zwei wichtige strategische Ziele erreichen:

- 1) Erhöhung des Visual Impact der Marke bzw. der User-Experience mit der Marke
- 2) Steigerung der Kundenaktivierung durch Interaktion



Abb. 1: POS & POI Digital Signage

Beide Zielsetzungen können zu unterschiedlichen Anwendungsmöglichkeiten im Bereich des digitalen POS führen.

pilot Screentime hat als Spezialdienstleister in diesem Jahr bereits mehrere skalierbare Komplettlösungen für Klein- und Großkunden entwickelt: digital, innovativ und exklusiv.

LEISTUNGEN

DAS ANGEBOT VON PILOT SCREENTIME

Die Agentur agiert als Full-Service Dienstleister für visuelles Marketing am POS.

Das ganzheitliche Leistungsangebot umfasst:

- Beratung
- Entwicklung von Komplettlösungen
- Hardware- und Software-Implementierung/Installation
- Servicing und Support von Screen-Netzwerken

Anspruch von pilot Screentime ist es, digitale Screen-Lösungen so einfach wie möglich für alle Beteiligten zu realisieren.

Dadurch soll die Komplexität der Omnichannel-Marketingwelt für Kunden spürbar reduziert werden.

Use-Case 1: SCREENwall

Eines der Jahres-Highlights ist die interaktive SCREENwall-Lösung, die exklusiv für eines der größten deutschen Medienunternehmen entwickelt wurde. Hier wird erstmals Werbung und E-Commerce auf einem vier Meter breiten, interaktiven Screen kombiniert (vgl. Abb. 2). Ein Angebot, das sich maßgeschneidert an die Bedürfnisse der Mitarbeiter richtet und ständig aktualisiert wird.



Abb. 2: Interaktives Touch-Display der SCREENwall-Lösung

Die Komplettlösung spielt Videos in 4K-Auflösung ab. Und: Innerhalb einer Sekunde kann mehreren Benutzern ein personalisiertes Menü angeboten werden, mit dem sie – jeder für sich und gleichzeitig – Webseiten, Videos und Grafiken abrufen können.

Mit individuellen Logins können die User ihre eigene Navigation abrufen und auch sofort online shoppen. Check-in und Check-Out sind dabei über eine PIN-Nummer und das Smartphone möglich.

Gesteuert wird die gesamte SCREENwall-Lösung über ein webbasiertes Content Management System (vgl. auch unseren dritten Use-Case).

Use-Case 2: SCREENlens

Die Relevanz von Werbebotschaften gewinnt zunehmend an Bedeutung. Bei der Auslieferung zielgruppenrelevanter Inhalte wird dabei immer häufiger People Tracking-Software eingesetzt – ein wichtiger Zukunftstreiber für erfolgreiches Instore-Marketing.

Mit SCREENlens wurde eine exklusive Software-Hardware-Lösung realisiert, welche am POS dynamische Werbung ausliefert. Und zwar abhängig davon, wer vor dem digitalen Screen steht (vgl. Abb. 3).

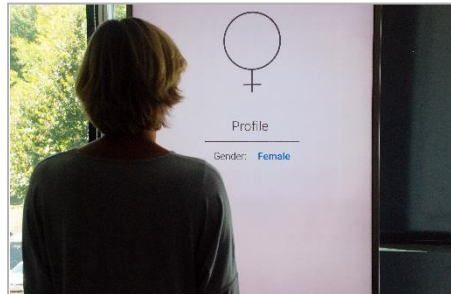


Abb. 3: People- und Gesichts-Tracking mit SCREENlens

Diese Lösung wurde für Kunden konzipiert, die einerseits gezielte Werbung an selektive Passanten ausliefern und andererseits Passanten-Tracking einsetzen möchten.

Eine spezielle Software kann anhand von Echtzeit-Aufnahmen eines im Screen eingebauten Sensors die demografischen Gesichtsmerekmale zwischen Frau und Mann unterscheiden sowie vier Altersgruppen differenzieren: „Teenager“, „Young Adult“, „Adult“ und „Senior“. Die Auswertung ist zu ca. 85% zutreffend.

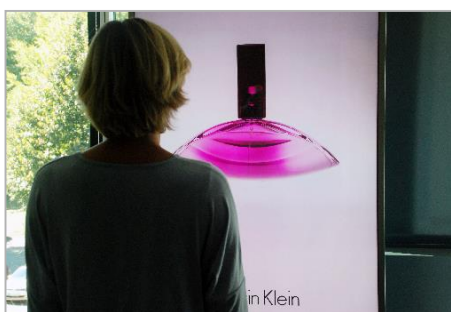


Abb. 4: Demografisch angepasste Werbemittel in Echtzeit

Vor Ort werden zur Analyse der Gesichtsmerekmale ein Sensor und PC-Player inklusive Software installiert. Es werden dabei keine Bild- oder Video-Daten gespeichert. Durch die Live-Erhebung sind Prozesse und Maßnahmen am POS/POI effektiver steuerbar. Zum Beispiel kann jungen Frauen passende Parfumwerbung angezeigt werden (vgl. Abb. 4).

TRACKING

PASSANTEN-ANALYSE MIT SCREENLENS

Zu den **auswertbaren Fragestellungen**, die für eine zielgerichtete POS-Kommunikation genutzt werden können, gehören:

- Wie viele Personen betreten den POI / POS?
- Wo halten sich Zielgruppen in einem Store auf?
- Unterscheidungsmöglichkeit zwischen Männern und Frauen
- Feststellung der Altersklassen
- Wird ein spezieller Bereich bewusst wahrgenommen?
- Wie lange halten sich Personen in einem Bereich auf?
- Welche Personengruppe schaut am längsten auf den Screen?
- Wie ist der Zulauf je Uhrzeit und Tag in gewissen Bereichen?
- Wie viele Besucher haben sich den Content angeschaut?
- Wie lange haben sich die Besucher den Content angeschaut?

Handelsunternehmen können Reports über das Kundenverhalten, den Kundenlauf und die Kundenfrequenz erhalten. Damit sind die Effizienz der betrieblichen Abläufe systematisch und dauerhaft zu steigern und höhere Erträge auf den Verkaufsflächen zu erwirtschaften. Datenschutz hat dabei höchste Priorität. So ist gewährleistet, dass bei SCREENLens keinerlei personenbezogene Daten gespeichert werden.

Use-Case 3: SCREENcms

SCREENcms ist ein exklusives Content Management System für die einfache und schnelle Verwaltung von Digital Signage-Netzwerken.



Abb. 5: Content Management über eine HTML-Oberfläche

Das System wurde explizit für Personen aus den Bereichen Gebäudeverwaltung, Marketing, Vertrieb, Office-Management oder Gastronomie mit geringem technischen Know-how entwickelt und ist über eine Website (vgl. Abb. 5) einfach und intuitiv zu bedienen.

Mit SCREENcms können alle Screens einer digitalen POS-Installation zentral angesteuert werden. Über Playlists können unterschiedliche Inhalte für die digitale Bildschirmkommunikation unkompliziert zusammengestellt und hochgeladen werden.

Die untenstehende Abbildung zeigt als Beispiel drei Playlists, die auf drei unterschiedlichen Playern abgespielt werden. Ein Player steuert einen oder mehrere POS-Bildschirme.

Mit SCREENcms können entweder die Mitarbeiter vor Ort oder auch die zentrale Marketing-Abteilung Inhalte selbst – ohne die Hilfe einer Agentur oder EDV-Abteilung – anpassen. Dies ermöglicht schnellere Reaktionszeiten und stets aktuelle Kommunikationsbotschaften.

Use-Case 4: SCREENpos

Mit SCREENpos wurde eine innovative und gleichzeitig praktische Lösung für Marken und Unternehmen geschaffen, die am POS Produktpräsentation, Werbung und Promotion kombinieren wollen.

pilot Screentime hat exklusiv für einen großen FMCG-Kunden eine spezielle Möbelkonstruktion mit interaktivem Screen entwickelt, mit der die Produkteinführung einer neuen kanadischen Whiskey-Marke zeitgleich am POS und online stattfinden kann.

VORTEILE

WAS SCREENCMS BESONDERS MACHT

- **Internationale Nutzung** mit Desktop-PCs oder WiFi-fähigen Geräten inklusive Tablets und Smartphones
- Über eine **zentrale Administrationsplattform** können jederzeit neue Nutzer angelegt und **Zugriffsberechtigungen** geändert werden.
- Inhalte können auf Screens in **allen gängigen Formaten** (Groß, Klein, Portrait, Landscape) **ohne vorheriges Fachwissen** geändert werden.
- SCREENcms ermöglicht:
 - **Inhalte hochladen** (Videos, Fotos, Grafiken, Webseiten)
 - **Playlists ändern** (Reihenfolge und Zuweisung ändern)
 - **Templates verwalten** (vorhandene Designvorlagen inhaltlich modifizieren)

Player Netzwerk 1: Alle Screens (Uhrzeit: 05:00 – 24:00)



Player Netzwerk 2: Gastro-Bereich (Uhrzeit: 07:00 - 22:00)



Abb. 6: Beispielhafte Playlist-Strategie für den POS mit SCREENcms

Die POS-Promotion-Maßnahme ist speziell für den temporären Aufbau und Einsatz in verschiedenen deutschen Supermarktstandorten geeignet und innerhalb von wenigen Minuten einsatzbereit.



Abb. 7: SCREENpos: All-in-one Bildschirm-Lösung für den Handel

SCREENpos besteht aus einem POS-Möbel inklusive Flightcase, welches auf Rädern in verschiedenen Supermärkten einfach und schnell platziert werden kann.

Über die eingebauten Touch-Screens können Endkunden dann an einem Gewinnspiel teilnehmen und Reisen nach Kanada gewinnen.

Im Case ist zudem eine Sim-Karte integriert, sodass das Möbel komplett autark funktioniert und nur auf Strom angewiesen ist.



Abb. 8: POS-Promotion kombiniert mit interaktivem Screen

Die POS-Lösung wird über einen Zeitraum von insgesamt zwei Jahren alle vier Wochen ab Herbst 2016 in einen anderen Supermarkt umziehen, um so eine möglichst große Zielgruppe anzusprechen.

Durch diese deutschlandweit einzigartige Marketing-Aktion kann das Unternehmen mit seiner neuen Alkoholmarke direkt zum Start auf dem hart umkämpften Getränkemarkt klar aus der Masse hervorstechen.

TIPPS

DIGITALER POS – SO KLAPPT ES

- Im ersten Schritt müssen Kunden klären, ob am POS Aufmerksamkeit, Interaktion, Shopper Experience oder gezielte Umsatzsteigerung als **gewünschte Marketing-Zielsetzungen im Vordergrund** stehen sollen.
- Erst wenn die gewünschten **Ziele klar formuliert** worden sind, kann eine **effektive Gesamtlösung für einen digitalen POS** entwickelt werden.
- Die jeweiligen **Anforderungen müssen dann in der Regel mit dem Gesamtkonzern abgestimmt** werden – sprich: Marketing, Vertrieb, EDV, Gebäudemanagement und Geschäftsführung sollten mit an Bord sein.
- Die **Investition und Umsetzung kann anschließend mehrstufig** erfolgen: Nach der Beratungsphase folgt die Pilot-, Test- und schließlich Roll-Out-Phase.

ÜBER PILOT SCREENTIME (www.pilot-screentime.de)

Die Agentur agiert als Full-Service Dienstleister für visuelles Marketing am POS. Ob es sich um Point of Sale, Handel, die Firmenzentrale oder Out-of-Home handelt, können Sie von uns Ihre digitalen Bildschirm-Strategien nachhaltig, kreativ und effizient in Szene setzen.

Das ganzheitliche Leistungsangebot umfasst:

- Beratung: Omnichannel Marketing, Digital Touchpoint Management, Kreative und intelligente POS-Kommunikation
- Entwicklung von Komplettlösungen inkl. Hardware- und Software-Implementierung und Installation
- Servicing und Support von Screen-Netzwerken

Zu den Kunden zählen unter anderem Gebrüder Heinemann, Cewe Color, Borco, ProSiebenSat.1, hella Mineralbrunnen, OTTO, Jet, Star, Scandlines, RTL Radio und Yahoo.

ANSPRECHPARTNER



pilot SCREENTIME

DAMIAN RODGETT

Geschäftsführer
d.rodgett@pilot-screentime.de
 +49 40 303766 17