

ADAC Flagship-Store in München



Verbesserte Kundenkommunikation und gezielte Werbung mit Multimedia-Technik von a/c/t und HR & C.

Das ADAC Service Center am Sendlinger-Tor-Platz in München präsentiert sich seinen Besuchern nicht nur mit komplett renovierten Räumlichkeiten, sondern bietet zudem eines der modernsten Informationssysteme in Einrichtungen dieser Art in Deutschland. Bildschirmgesteuerte Kundenkommunikation auf der Basis intelligent vernetzter Medientechnik verkürzt die Wartezeiten und überbrückt diese gleichzeitig mit gezielter Information und Werbung. Von der Konzeption über die technische Umsetzung bis hin zur Entwicklung redaktioneller Inhalte für die einzelnen Angebots-Module begleiteten die Münchener

Agentur HR & C sowie der Oberhachinger AV-Medien-Spezialist a/c/t das Projekt.

Die Münchener Hauptgeschäftsstelle ist das erste deutsche ADAC Service Center, das mit einem derart integrierten Informationssystem ausgestattet wurde. Mit intelligent vernetzter Medientechnik wurde das von der Münchener Agentur HR & C entwickelte Strategie-Konzept in dem 450 Quadratmeter großen, hell und freundlich gestalteten ADAC Flagship-Store realisiert. Die technische Umsetzung in Form einer ganzheitlichen Lösung, die neben Funktionalität auch ein passend zum Interieur ausgerichtetes Erscheinungsbild der Displays

Über HR & C

HR & C macht strategische Kommunikation, d. h. langfristig geplante Kampagnen, die auf einer klaren Positionierung beruhen. HR & C ist eine Werbeagentur mit Schwerpunkt auf den Branchen Banking/Finance, Health Care, Informationstechnologie und Multimedia. Sie hat sich auf die Entwicklung ganzheitlicher Konzepte mit strategischer Ausrichtung spezialisiert und ist Ansprechpartner von der Konzeption über die Kreation bis hin zur Umsetzung ganzheitlicher Kampagnen oder einzelner Projekte und Werbemittel.

Über a/c/t

Die a/c/t Beratungs & System GmbH für vorbildliche Kommunikation ist Spezialist für ‚intelligentes Wohnen‘, professionelle Konferenz-, Präsentations-, Beschallungs- und Lichttechnik sowie für digitale Informationssysteme. a/c/t bietet Unternehmen und Privatkunden Komplettlösungen für audiovisuelle Medien- und Steuerungstechnik. Das Full-Service-Angebot reicht von der Beratung, Planung, Installation und Programmierung der Lösungen über Inbetriebnahme, Einweisung und Dokumentation bis hin zu Service, Wartung und Veranstaltungssupport.

„Wir sind nun in der Lage, Service- und Produktinformationen individuell nach Besuchsanlass auf die jeweiligen Monitore zu platzieren. Wir erwarten dadurch mittelfristig messbare Zuwächse durch gezielte Cross Selling-Effekte.“

F. Baumgartner, Vertriebsleiter des ADAC Südbayern

beinhaltet, übernahm das auf AV-Medientechnik spezialisierte a/c/t Beratungs- und Systemhaus aus Oberhaching. Im Fokus der grundsätzlichen Ausrichtung steht die Ansprache junger Zielgruppen über die Formulierung zielgruppenrelevanter Angebotspakete über die Submarke „Young Generation“.

Optimierter Informationsservice

Mit dem optimierten Informationsservice will der ADAC zudem die Kundenzufriedenheit weiter verbessern. Zudem soll das im Shopkonzept integrierte Reisebüro als eigenständiges Profitcenter für Mitglieder und Nichtmitglieder deutlicher positioniert werden. Die Umsetzung basiert zum einen auf zwei Großmonitoren, über die zielgruppengerechte Werbevideos und Trailer zu aktuellen ADAC-Angeboten und -Aktionen rund um Auto, Motorrad, Reise und Freizeit präsentiert werden.

Zum anderen sorgt im Bereich des Mitgliederservices ein digitales, visuelles Informations- und Aufrufsystem dafür, dass Besucher gemäß ihrer Interessen und Anliegen gezielt zu einem der sieben Beraterplätze geführt werden, wo sie kompetente Auskunft zu den vielseitigen Serviceleistungen auch im Bereich Kfz- und Reiseversicherungen erhalten. Die Inhalte für das Informations-, Leit- und Werbesystem werden von 18 vernetzten Roku BrightSign-Mediaplays an die einzelnen Displays geliefert. In dieser Medienzentrale sind themenbezogene Inhalte als Multimedia-Dateien in Playlisten abgelegt. Sie können über einen zentralen PC jederzeit abgerufen oder auch verändert werden. Meldet sich ein Kunde am Empfang des Service Centers an, werden seine speziellen Interessen elektronisch erfasst und an das Aufrufsystem weitergeleitet. Der dem Kunden vergebene Besuchercode erscheint dann mit der Nummer des zuständigen Beraterplatzes im Dis-

play in der Wartezone. Sobald der Berater verfügbar ist, wird der Besucher farblich und akustisch darüber informiert. Nachdem der Berater elektronisch die Anwesenheit des Kunden quittiert hat, werden auf dem Bildschirm anstelle des Codes vordefinierte Werbe-Informationen oder aktuelle Angebote präsentiert, die zielgruppengerecht auf die Interessen des Besuchers zugeschnitten sind.

Franz Baumgartner, Vertriebsleiter des ADAC Südbayern erklärt: „Wir sind nun in der Lage, über unser Kundenmanagement-System Service- und Produktinformationen individuell nach Besuchsanlass auf die jeweiligen Monitore zu platzieren. Wir erwarten dadurch mittelfristig messbare Zuwächse durch gezielte Cross Selling-Effekte.“

In dem in Deutschland am stärksten frequentierten ADAC-Service Center lassen sich über das in der Gesamtlösung integrierte Aufrufsystem bis zu 170 Besucher pro Stunde an den Beraterplätzen ohne lange Wartezeiten koordinieren. Und auch diese kurze Zeit wird durch das breite Informationsangebot über Reisen, Autozubehör und Freizeitkleidung unterhaltsam überbrückt. Nach erfolgreichem Start ist die Einführung vergleichbarer Digital-Signage-Gesamtlösungen in weiteren ADAC-Geschäftsstellen geplant. ♦

ROCK 'N' ROLL

Damit Ihre Marke richtig rockt, bringen wir sie zum Rollen. Seit 1985.



Markenwerbetrucks - Mobile Mediaflächen - Roadshows

TRUCK ADVERTISING : HEYDEKAMPF®

Tel. +49 (0)40 27 11 10 Fax +49 (0)40 27 59 96 E-Mail info@truck-advertising.de Web www.truck-advertising.de