

Verkaufen durch Vernetzen

Über 70 Prozent aller Konsumenten wünschen sich am POS mehr Service durch digitale Technologien, so der Branchenverband Bitkom. Permaplay Media Solutions bietet dem Handel ein überzeugendes, einfach zu installierendes System zur digitalen Vernetzung am POS, das auch bereits vorhandene Displays einschließt.



So sieht eine erfolgreiche Customer-Journey beispielsweise in einem Sportgeschäft in einer Fußgängerzone heute aus: Ein 55 Zoll großes Permaplay Display im Schaufenster sorgt bei den Passanten für erste Aufmerksamkeit. Betritt der Kunde das Geschäft, macht ihn ein weiterer Bildschirm auf spezielle Angebote und Aktionen aufmerksam und ein dritter Bildschirm direkt am Produkt sorgt mit Infos und Werbevideos für eine verkaufsfördernde Emotionalisierung. Alle gezeigten Inhalte können innerhalb eines Netzwerks mit WLAN-Verbindung einfach und schnell ausgetauscht und an Neuigkeiten, Preisreduzierungen und besondere Angebote angepasst werden.

Ob Sportartikel-Flagshipstores, DIY-Märkte oder Lebensmittel-Einzelhandel: Damit der stationäre Handel auch weiterhin seine besondere Attraktivität und Anziehungskraft ausspielen kann, müssen die Produkte inspirierend und anspruchsvoll in Szene gesetzt werden, ästhetisch ansprechend und verkaufsfördernd informativ mit hoher Relevanz für die Kunden. Die Konsequenz liegt für Werner Vogt, Geschäftsführer Permaplay Media Solutions, auf der Hand: „In so ziemlich allen Branchen installiert

der Einzelhandel heute digitale Info- und Kommunikationssysteme. Zum einen treibt die E-Commerce-Konkurrenz die Digitalisierung am POS voran, zum anderen ermöglichen leistungsstarke moderne WLAN-Netze den wirtschaftlichen Einsatz der Systeme.“

Die vernetzte Digitalisierung am POS liegt voll im Trend: Laut einer Umfrage des Digitalverbandes Bitkom vom Herbst 2019 wünschen sich 73 Prozent aller Internet-Nutzer in Deutschland beim Shoppen im stationären Handel mehr Service durch digitale Technologien. Dabei liegt der Wunsch nach WLAN im Geschäft oder im Shopping-Center mit 40 Prozent vorn. Vor allem die Jüngeren würden gern beim Einkaufen über das WLAN im Internet surfen: 56 Prozent der 16- bis 29-Jährigen sagen dies, bei den über 65-Jährigen sind es immerhin noch 27 Prozent. Auch Transparenz wird zunehmend wichtig: So sagen 28 Prozent der Befragten, dass sie sich beim Einkauf im Geschäft mehr Informationen zu Herstellungs- oder Produktionsbedingungen einzelner Produkte etwa per Tablet oder Smartphone wünschen.

Permaplay Media Solutions bietet dem Handel eine komplette netzwerkfähige Display-Geräteserie von

10“ bis 55“ Größe sowie das Permaplay Netzwerk Signage mit entsprechender Software. Das ermöglicht die zentrale Verwaltung von Videoinhalten und die Steuerung über das Internet (LAN/WLAN) sowie die Kontrolle der Bildschirme über eine zentrale Software. Alle POS-Funktionen wie Startautomatik bei Stromzufuhr oder die Speicherung der eingestellten Werte wie Lautstärke können uneingeschränkt genutzt werden. Die Montage der Monitore nach VESA-Norm ist selbstverständlich möglich.

Darüber hinaus können die meistens am POS befindlichen Permaplay Bildschirme über einen zusätzlichen Android Player ganz einfach netzwerktauglich gemacht werden. Findaria Sunardi, Marketing- und Vertriebsleiterin Permaplay Media Solutions: „Der Permaplay Android Player vernetzt bereits vorhandene Displays mit all ihren Funktionen über eine Cloud, auch eine große Anzahl. Es war noch nie so einfach, den POS in eine digitale, verkaufsfördernde und vor allem emotionale Fläche zu transformieren.“ Und so können die Bildschirme kinderleicht über das Internet gesteuert, überwacht und aktualisiert werden. Das liegt, wie bereits erwähnt, ja voll im Trend. ♦