



Mit der Digital-Signage-Software editIT/playIT werden Angebote dort präsentiert, wo sie gekauft werden: direkt am Point of Sale.

■ Verkaufsförderung digital

Durch bewegte Bilder können sowohl die Aufmerksamkeit als auch spontane Impulskäufe erhöht werden. So nutzen Supermärkte, Autohäuser oder Einzelhändler digitale Werbung, um ihren Verkauf zu fördern. Ob im Schaufenster, an der Frischtheke oder im Eingangsbereich des Ladens - auf den Displays können in Wort und Bild Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens vorgestellt werden. Hier findet sich auch die passende Präsentationsfläche für Tages- und Wochenangebote, für neue Ware oder andere Sonderaktionen.

Das Design der Bildschirme kann in allen Filialen einheitlich gestaltet werden, wobei es sich bei den eingespeisten Informationen um eine Kombination aus regionalen und überregionalen Neuigkeiten handelt. Die Steuerung hierfür erfolgt entweder durch Zugriff auf alle oder auf die einzelnen Systeme.

■ Interaktive Terminals

An Info-Terminals erhalten Kunden nicht nur Hintergrundinformationen zum Unternehmen und seinen Werbepartnern, sondern können auch auf interaktive Suche gehen. Wenn sie beispielsweise nach einem bestimmten Produkt recherchieren und wissen wollen, wo es steht, haben sie die Möglichkeit die Wegbeschreibung dafür auszudrucken. Das Feedback der Käufer ist zudem beim Ausfüllen eines interaktiven Fragebogens gefragt.

Besonderes Plus:

Die Kosten für das digitale Werbesystem halten sich durch Einbindung in bestehende IT-Systeme in Grenzen und können durch Werbepartner refinanziert werden.

