

PERMAPLAY MEDIA SOLUTIONS GMBH

Die digitale Unterstützung

Wenn manch einer an digitale Verkaufsunterstützung denkt, dann hat er einen kleinen, sich ewig wiederholenden Fernseher in einem Baumarktregal vor seinen Augen. Doch heute bietet dieses Feld wesentlich mehr Möglichkeiten um den Fachhändler sinnvoll, stilvoll, unkompliziert aber effizient beim Verkaufen zu unterstützen. Wir sprachen darüber mit Werner Vogt, dem Geschäftsführer der Permaplay Media Solutions GmbH.



Die POS-Lösungen von Permaplay bieten Fachhändlern wertvolle Unterstützung, gleich in welchem Sortimentsbereich

Das Thema Digital Signage hat längst Einzug gehalten in die Ladengestaltung von heute und morgen. Doch in der Zwischenzeit sind dies eben nicht mehr die ewig vor sich hin flimmernden, kleinen Fernseher. Diese Unterstützung am POS kann mittlerweile sehr viel mehr. Ob das nun Anwendungen und Apps zur Erläuterung des Produkts oder des Sortiments via Touchscreen sind oder der klassische Videoclip zur Verkaufsförderung oder aber gleich beides in ein und der selben Anwendung: Die Technik von heute kennt auch hier kaum Grenzen und generell kann man sagen, das was einem modernen Tablet möglich ist, lässt sich inzwischen auch via Digital Signage realisieren. Natürlich hängen die Möglichkeiten auch hier vom Budget ab, welches der Händler bereit ist, zu investieren. Viele Händler scheuen den Schritt zu einem solchen System bei Neu-

oder Umbau, da sie oftmals hohe Investitions- und Wartungskosten befürchten, oder aber sie sind dem ganzen Thema gegenüber abgeneigt, weil das oben beschriebene Bild mit der nervigen Flimmerkiste noch immer vorherrscht.

PERMAPLAY WILL DAS ÄNDERN

Das Unternehmensziel von Permaplay ist die Konzeption und Durchführung von zeitgemäßen POS-Strategien mit Hilfe moderner Medien wie Touchscreen-Displays, interaktiven Terminals bis hin zu komplexen Digital-Signage-Projekten. Im Gespräch mit dem Geschäftsführer Werner Vogt wird schnell klar, niemand will hier einen Händler überfordern, überfrachten oder ihm gar etwas verkaufen, was er eigentlich gar nicht bräuchte. Die Realisierbarkeit steht an erster Stelle. Er kämpft auch gegen das Vorurteil, dass eine solche Installation in den Ver-

kaufsräumen des Händlers große und umfassende Veränderungen baulicher Natur erfordern würden. „Das ist alles Quatsch, für eine unserer kleineren Lösungen brauchen sie Strom und ein bisschen Platz, mehr nicht“, gibt Werner Vogt zu bedenken. Auch dem befürchteten Wartungschaos kann er eine Absage erteilen. Alle Lösungen seiner Firma seien auf leichte und unkomplizierte Wartung ausgelegt, betont der Geschäftsführer. Größere Systeme könnten über Netzwerk ihr benötigtes Update direkt von Permaplay erhalten, kleinere Geräte bekommen neue Daten einfach per USB-Gerät oder Speicherkarte via Plug&Play aufgespielt. Der Wartungsaufwand hält sich also definitiv in Grenzen. Selbstbewusst meint Werner Vogt, er könne für jedes Unternehmen, egal welcher Branche, eine geeignete Lösung bieten.

WWW.PERMAPLAY.DE

INTERVIEW

Herr Vogt, viele denken bei der medialen POS-Unterstützung an kleine, flimmernde und sich ewig wiederholende Fernseher in einem Baumarktregal. Dieses Bild ist mehr als überholt. Welcher Wandel hat sich in den letzten Jahren vollzogen?

In der Tat hat es lange gedauert bis wir das Image mit den flimmernden Baumarktkisten ganz losgeworden sind. Es waren aber in den Anfängen durchaus oft nur lieblos abgedrehte Gebrauchsanweisungen, die in den Märkten abließen. Dieses Image hat sich gründlich geändert. Die Geräte – heute qualitativ hochwertige LCD Flachbildschirme mit sehr guter Bildschirmauflösung, in aller Regel mini-HD oder auch full HD, zeigen kleine Handlungen und Stories, die den Kunden die beworbenen Produkte näher bringen und ihn damit vertraut machen. Hinzu kommt, dass die digitale Wiedergabe auch bei langen Laufzeiten keiner Qualitätsminderung in der Darstellung ausgesetzt ist. Auch muss eine Dauerberieselung mit dem Ton heute nicht mehr stattfinden. Durch einen Sensor wird der Ton nur zugeschaltet, wenn Kunden vor dem Regal stehen. Über interaktive Geräte kann der Kunde wählen, welche Informationen er abrufen will. Dies ist über Barcode oder auch über Touchscreen möglich. Auch gibt der Einsatz von vernetzten Geräten die Möglichkeit, das Programm oder die Werbung der Kundenzielgruppe am Vor- bzw. am Nachmittag anzupassen.

Welche Möglichkeiten haben Fachhändler durch Ihre Produkte ihren POS zu stärken und in wiefern tragen diese Produkte zur Stärkung bei?

Viele Fachhändler schauen argwöhnisch auf die digitalen Medien, da sie befürchten, dass diese in das stationäre Geschäft einbrechen und womöglich auch Umsatzanteile an sich ziehen. Mit einer multimedialen Darbietung gewinnt das Fachgeschäft an Kompetenz beim Kunden. So wird die überregionale Werbung, die der Hersteller/Lieferant über Print- oder TV-Werbung leistet, am POS aufgefangen und verstärkt. Bei der POS-Werbung kann gezielter und detaillierter auf die Vorteile eines Produktes eingegangen werden, als dies bei der überregionalen Werbung möglich ist. Auch ist die atmosphärische Darstellung viel leichter möglich. Und dies geschieht ganz ohne Streuverlust, da Bedarfsweckung und Bedarfsdeckung ganz eng beieinander liegen. Schließlich wird nach wie vor der größte Teil der Kaufentscheidungen am POS, am Regal getroffen. Hinzu kommt, dass in



WERNER VOGT, Geschäftsführer der Permaplay Media Solutions GmbH

den Videoclips die besten Verkaufsargumente vom Hersteller zusammengetragen wurden. Dadurch kann auch eine produktbezogene Verkäuferschulung stattfinden.

Welche Branchen nutzen heute Ihre Produkte?

Bedingt durch die Anfänge sind sicher noch viele Video-/Multimedia-Anwendungen im Baumarkt-Bereich zu finden. Zum einen haben diese Märkte den Platz für mehrere Geräte, ohne dass sich der Kunde zu sehr belästigt oder gestört vorkommt. Zum anderen gibt es gerade auch hier oft sehr viele unbekannte, erklärungsbedürftige Produkte. Aber auch in Gartencentern, im Autozubehör-Bereich, bei Spielwaren, Sportgeräten, Haushaltswaren und vielen anderen Branchen finden wir heute gut gemachte und erfolgreiche Videoanwendungen. Sogar im Lebensmittelhandel können kleine LCD-Bildschirme platzsparend im Regal untergebracht werden, ohne dass wertvolle Regalfläche verlorengeht. Diese Möglichkeiten sehen wir durchaus auch im PBS-Handel.

Welche Voraussetzungen müssen Fachhändler in ihren Geschäften schaffen um diese Technik einsetzen zu können?

Die Voraussetzungen, die geschaffen werden müssen, sind äußerst gering. Die flachen LCD-

Bildschirme benötigen sehr wenig Platz und können im Regal gestellt oder gehängt werden, ohne dass Platz für die Warenpräsentation verloren geht. Nur ein 220 Volt Stromanschluss muss vorhanden sein und die Verkaufunterstützung kann beginnen. Auch sind die Geräte völlig bedienungs- und wartungsfrei. Am Abend können die Bildschirme über den Zentralschalter stromlos gesetzt werden und morgens genau so wieder eingeschaltet werden. Eine weitere Einstellung an den Geräten ist nicht notwendig. Ein Film- bzw. Programmwechsel erfolgt durch handelsübliche USB-Sticks. Beim Einstecken eines USB-Sticks wird der bisher gespeicherte Inhalt im Gerät gelöscht und der neue Film aufgespielt. Die Permaplay Geräte können auch mehrere Filme speichern, die über eine Playliste abgerufen werden. So einfach ist es modernste Video-/Multimediaanwendungen einzusetzen. Video kann die Produkte in der Impulskaufpreislage selbstständig verkaufen oder aber auch bei größeren Projekten das Verkaufsgespräch optimal vorbereiten. Auch wird der Videofilm die eventuelle Wartezeit des Kunden gefühlsmäßig verkürzen.

Vielen Dank für das Gespräch!

CS