

Drei Wege für Erfolg am POS



Werner Vogt hat 2012 das Unternehmen Permaplay Media Solutions in Baden-Baden gegründet.

Medien am Point Of Sale (POS) sollen Kunden ansprechen und ihre Aufmerksamkeit auf das Produkt lenken, sodass dieses im Einkaufswagen landet. Permaplay Media Solutions verrät drei Erfolgsrezepte für eine gute Kommunikation am POS.

Mit verkaufsaktiven Informationen das Interesse der Käufer zu wecken und zwar genau dort, wo die Produkte sichtbar und greifbar sind – das ist seit Jahrzehnten die Hauptaufgabe von Medien am POS. Mit der Zeit haben sich die jeweiligen Technologien zur Kommunikation und damit die Möglichkeiten für Hersteller und Handel, mit den Endverbrauchern zu interagieren, weiterentwickelt. Permaplay Media Solutions mit Sitz in Baden-Baden bietet seinen Kunden drei moderne Konzepte für leistungsstarke und umsatzfördernde POS-Kommunikation an: Lineare LCD-Monitore, interaktive POS-Medien sowie vernetzte POS-Mediensysteme.

Lineare LCD-Bildschirme bilden die seit Jahren bewährte Basistechnologie für einen Dauereinsatz am POS und werden auch die „Mutter aller heute noch aktiven POS-Medien“ genannt. Permaplay-Geschäftsführer Werner Vogt sagt: „Auch wenn die linearen Geräte mit Endlosschleife aktuell noch die Mehrheit am POS bilden, so geht der Trend klar in Richtung interaktive Medien wie Tablets. Auf der anderen Seite eignen sich nicht alle Produkte und Dienstleistungen für eine Kommunikation mittels App, weshalb lineare Medien mit den genannten Vorteilen auch in Zukunft eine wichtige Funktion in der POS-Medien-Landschaft halten werden.“

Als zweiten Weg bietet Permaplay interaktive POS-Medien als Tablets auf Android Basis mit Touchscreen zur Wiedergabe von Apps, Filmen und HTML Seiten. Diese Medien eignen sich auch zur Offline-Präsentation von Apps oder Videofilmen. „Wir bieten diese von uns entwickelten und für den Einsatz optimier-

ten POS-Medien mit allen relevanten Features wie Autostart oder Passwortschutz an. Die große Stärke der interaktiven Medien liegt vor allem in der Multimedialität der Werbebotschaften sowie der Funktionalität ihrer Bedienung“, erklärt Findaria Sunardi, Marketing- und Vertriebsmanagerin bei Permaplay.

Vernetzte POS-Mediensysteme bieten den dritten und leistungsstärksten Weg um Endverbraucher in die jeweilige Produkt- und Markenwelt zu integrieren. Diese Systeme bestehen aus interaktiven und linearen Bildschirmen, bei denen das Update der Bildschirm Inhalte über ein Cloud-System funktioniert. „Dieser POS-Medienweg erlaubt den Einsatz der ganzen Bandbreite moderner Kommunikationsfunktionen. Das bezieht sich vor allem auf die tagesaktuelle Anpassung der Werbeaussagen auf unterschiedliche Zielgruppen. Gerade in diesem Bereich geht die Entwicklung weiter stark voran, man denke nur an die Potenziale qualifizierter Gesichtserkennung und generell neuester wahrnehmungsphysiologischer Technologien“, blickt Vogt in die Zukunft. ■



Je einfacher und klarer die Produktbotschaft, umso besser funktioniert die Verkaufsberatung über lineare Medien.