

Die POS-Dauerläufer für Umsatz-Sprints

Verkaufsfördernde Informationen wie Filme am POS wirken als ideale „verlängerte Arme“ der entsprechenden Print-, Außen- und TV-Werbung: Wird der Kunde durch die Massenkommunikation zu Hause und unterwegs mehr oder weniger bewusst auf eine Marke und ein Produkt konditioniert, so stimuliert die entsprechende Botschaft auf Werbedisplays am POS die konkrete Kaufentscheidung des Endverbrauchers.

Permaplay Media Solutions mit Sitz in Baden-Baden bietet seinen Kunden aus Markenindustrie und Handel nicht nur verkaufsfördernde Gesamtkonzepte, sondern liefert vor allem auch die geeigneten Produkte – nach eigenen Vorgaben und Spezifikationen für den harten POS-Dauereinsatz entwickelt und hergestellt. Werner Vogt, Geschäftsführer der Permaplay Media Solutions GmbH: „Durch unsere jahrzehntelange Erfahrung in der Entwicklung von Multimedia-Produkten für den POS-Einsatz haben wir gelernt: Die faszinierenden neuen Technologien müssen sich erst im harten Dauereinsatz bewähren, bevor wir sie unseren Kunden empfehlen können. Denn nur durch funktionierende, verkaufsfördernde Geräte können wir den Erfolg von POS-Aktionen unserer Kunden sicherstellen – und das ist unser oberstes Unternehmensziel.“

Das Sortiment von Permaplay umfasst LCD-Bildschirme von 7 bis 55 Zoll (18 cm bis 1,4 m) Bildschirmdiagonale in einem kompakten, stabilen Gehäuse mit einem umfangreichen Portfolio an speziellen POS-Funktionen, wie einer Auflösung bis Full-HD und LED-Backlight, einge-

bautem MPEG-Player für schnelles USB-Update auf internem Speicher (2 GB/4 GB), Kodierung gegen unberechtigtes Aufspielen von Inhalten, die programmierbare Auswahl von Filmen über eine Playlist, einen Sensor zum Zuschalten des Tones, wenn Kunden in die Nähe des Bildschirms kommen, eine Startautomatik bei Stromzufuhr sowie die Speicherung der eingestellten Werte wie Lautstärke etc.

Die Mediaplayer P07KD (7 Zoll) und P10KD (10 Zoll) sind die optimalen Produkte, um am POS an Regalen und Gondelköpfen befestigt zu werden. Das hochwertige Display mit hoher Auflösung (P10KD: 1024 x 600 Bildpunkte) sorgt für ein bestechend klares, brillantes Bild und ergänzend dazu sorgen die speziell entwickelten, nach vorne abstrahlenden Lautsprecher für einen angenehmen, exakt zu verstehenden Ton. So wird der Betrachter – und zwar nur der Betrachter und nicht das Nachbarregal – erreicht. Die Daten mit den abzuspielenden Inhalten werden auf einer SD-Karte gespeichert und Updates über USB-Kabel aufgespielt. Beide Mediaplayer überzeugen außerdem durch ihr modernes, multifunktionales Design.

Dies gilt auch für ihre großen „Geschwister“ P16KD (16 Zoll) und P19KD (19 Zoll) mit einer Auflösung von 1366 x 768 bzw. 1440 x 900, die durch ihre Größe ideal in handelsübliche Regale integriert werden können, sowie die noch größeren Modelle bis zu 55 Zoll Bilddiagonale für den Einsatz bei Sonderaktionen. Alle Displays von Permaplay sind echte „Dauerläufer“ und für den Einsatz von mindestens 20.000 Betriebsstunden ausgelegt.



Mediaplayer von Permaplay im Einsatz im Hagebaumarkt Wertheimer in Baden-Baden für die Marke SOLIQ.

Außerdem bietet Permaplay seinen Kunden für weitergehende, individualisierende Informationen am POS interaktive Geräte mit Touchscreen-Bildschirmen auf der Basis von MPEG-Playern oder Barcode-Geräte, bei denen eine Auswahl von abgespeicherten Filmen über multidirektionale Barcode-Leser gesteuert wird. Hierdurch wird der Abverkauf von im Regal vorhandener Ware gefördert. Touch Screen Geräte auf PC Basis sowie internetfähige Digital Signage Geräte runden die Angebotspalette ab.

Diese Leistungen sind eingebunden in die individuelle Konzeption und Umsetzung der jeweiligen POS-Strategien inklusive Effizienz- und Kostenmanagement. Und eine Auswertung nach Abschluss der Video/Multimediaaktion zeigt den Kunden in allen Details, was die Aktion tatsächlich „unter dem Strich“ gebracht hat. Werner Vogt fasst zusammen: „Weil die Geräte von Permaplay konsequent auf störungsfreien Dauereinsatz konzipiert und in ein Gesamtkonzept integriert sind, können sich unsere Kunden über umsatzstarke Abverkaufs-Sprints ihrer beworbenen Produkte am POS freuen.“ ♦