



Ob als eingebautes Display ...

## Kaufimpulse durch Touch-Displays

Kaufunterstützung durch Berührung: Touch-Displays sind wertvolle Helfer am POS.

Die Erfolgsformel für zeitgemäßes POS-Marketing lautet: Sofortige Verfügbarkeit der Produkte plus persönliche Begegnung oder einprägsames Einkaufserlebnis führen zu direkten Kaufimpulsen. Laut einer Ebay-Studie „Zukunft des Handels“ wollen 79 Prozent der Befragten Artikel kaufen, die gleich mitgenommen werden können – und 72 Prozent der Befragten wollen die Produkte anfassen und ausprobieren. Das sind die Erwartungen der Kunden an den POS – und wie setzt der Handel diese guten Voraussetzungen in die Praxis um?

Das neue Zauberwort, das in den Marketingabteilungen umgeht, heißt Customer Journey. Je mehr Berührungspunkte ein Kunde mit einer Marke und seiner Botschaft hat, desto höher wird die Kaufwahrscheinlichkeit. Touch-Displays kön-

nen dabei helfen. Das sieht auch Werner Vogt, Geschäftsführer Permaplay: „In der Customer Journey erhält der Händler vor Ort neue Funktionen wie etwa „Showrooming“. Damit bieten sich für ihn weit mehr Touchpoints als nur die klassischen Berührungspunkte mit dem Kunden wie etwa bei Abholung, Umtausch oder Bezahlung. Der POS ist der Erlebnisort, an dem Marke und Produkt mit dem Shopper in Berührung kommen – und die Digitalisierung multipliziert Möglichkeiten und Anforderungen gleichzeitig.“

Die zur Aktivierung des Verkaufs eingesetzte Technik sollte massen- und langzeit-tauglich sein. Denn die Geräte dienen nicht nur als Infotool und Produktfinder, sondern sie unterstützen den Verkäufer aktiv im Verkaufsgespräch. Denn es ist heute kaum noch möglich, sich alle De-



... oder als Tablet: Touch-Points helfen am POS!

tails aller Produkte am POS zu merken. Dabei können interaktive Displays helfen, um die Beratungskompetenz am POS gegenüber dem meistens gut vorgeinformierten Kunden zu sichern. Zahlreiche Kunden von Permaplay sollen in den vergangenen Monaten durch diese Strategie ihre Umsätze signifikant gesteigert haben.

Die visuell störungsfreie Einbindung der Displaysysteme in das jeweilige Ladenbaukonzept ist ein weiterer Erfolgsfaktor. So lassen sich leichte und dünne Displays in die Kunden- und Marken-Cl integrieren. Gesteuert werden die Displaylösungen und ihr beratungs- und infoaktiver Content mit entsprechender Software. Permaplay bietet seinen Kunden dazu eine flexible und einfache Bedienoberfläche.