



Ihr zuverlässiger Partner für P.O.S. Multimedia und Digital Signage

Permaplay Media Solutions GmbH

Aschmattstraße 8 D-76532 Baden-Baden | Tel. +49 (0) 7221 7022220 | Fax. +49 (0) 7221 7022229 | Email info@permaplay.de

Effektiv, energiesparend und liefersicher: Das Permaplay POS-Medien-Lineup für erfolgreiche Weihnachtsgeschäfte

Gute Nachrichten von Permaplay Media Solutions: „Unsere Technologie-Partner in Fernost sind nach den Corona-Engpässen wieder vollumfänglich produktions- und lieferfähig“ freut sich Werner Vogt, Geschäftsführer Permaplay Media Solutions. „Das bedeutet, wir können für Handel und Hersteller in Europa ab sofort und vor dem wichtigen Weihnachtsgeschäft unser gesamtes Lineup an bewährten und auch neuen POS-Medien kurzfristig ausliefern – auch in hohen Stückzahlen.“

Das Permaplay Angebot an POS-Medien umfasst aktuell lineare LCD-Monitore der Professional- und Standardlinie, interaktive POS-Medien und vernetzte Android POS-Mediensysteme in den Größen von 7“ bis 55“, jeweils mit oder ohne Touch-Funktion. Die Permaplay L-Type Screens in den Größen 16“ und 21,5“ im 16:9 Format sorgen für besondere Aufmerksamkeit an selektiven POS-Punkten wie Regalen und bieten modernste Technik für den multifunktionalen Einsatz. Weitere Informationen über das gesamte Permaplay Portfolio stehen auf permaplay.de.

Eine weitere gute Nachricht: Im Zusammenhang mit der aktuellen Diskussion über Energieeinsparungen ist auch hinsichtlich des Einsatzes von POS-Medien eine Diskussion über den Stromverbrauch von Bildschirmen entstanden.



Bewegungssensor

Werner Vogt klärt auf: „Alle Permaplay LCD Monitore sind mit LED Backlight ausgestattet und haben dadurch einen besonders geringen Stromverbrauch. So verbraucht zum Beispiel ein 10“-Bildschirm in 350 Stunden, das entspricht einem Zeitraum von mehr als 1 Monat Ladenöffnungszeit, nur 1 KW. Ein wesentlich größerer 21,5“ -Bildschirm verbraucht 1 KW

in ganzen 55 Stunden, das sind eine Woche Ladenöffnungszeit.“ Aber Permaplay POS-Medien verbrauchen nicht nur auf der einen Seite sehr wenig Energie, sie sorgen auf der anderen Seite für verstärkten Abverkauf – und spielen ihre Kosten nicht nur dadurch um ein Mehrfaches wieder ein. Gerne berät Permaplay alle Partner im Detail über die energiesparenden Konzepte für Medien am POS.



Die dritte gute Nachricht lautet: Gerade in schwierigen und aus Verbrauchersicht unsicheren Zeiten kann der Einsatz von Multimedia am POS erheblich dazu beitragen, um den Endkunden durch gezielte Informationen das zur Kaufentscheidung notwendige Vertrauen in Marken und Produkte zu geben. „Unsere Gespräche mit unseren Partnern aus dem Handel zeigen, dass die Verbraucher am POS aktuell einerseits in wichtigen Punkten

wie Nutzen, Nachhaltigkeit und Energiebilanz informiert werden wollen, sie auf der anderen Seite aber durch emotionale Botschaften am POS zur endgültigen Kaufentscheidung geführt werden. Diese Aufgabe leisten POS-Medien mit entsprechend überzeugendem Content ganz einfach am besten“, so Werner Vogt.

Und last but not least eine gute Nachricht in eigener Sache: Findaria Sunardi-Cann ist seit Ende September nach ihrer Mutter- und Elternzeit im Permaplay Management als Vertriebs- und Marketingleiterin wieder an Bord. Gestartet war sie bei Permaplay Media Solutions bereits während ihres Masterstudiums „Elektronische Medien“ als Werkstudentin. Seit Oktober 2016 ist sie im Bereich Marketing und Verkauf fest an Bord.

Findaria Sunardi-Cann: „Ich freue mich sehr, die POS-Landschaft wieder aktiv mit überzeugenden Konzepten und Dienstleistungen mitgestalten zu können. Permaplay ist für die Zukunft hervorragend aufgestellt und diverse Untersuchungen und Marktforschungen zeigen: Der persönliche, erlebnisreiche Einkauf am POS ist durch nichts zu ersetzen, höchstens zu ergänzen.“

