



05/2020

Ein größeres Stück vom Subtext der Welt

Bestimmt erinnern Sie sich an unseren letzten Newsletter? Darin hatten wir die Hypothese aufgestellt, dass wir alle technologisch schon viel weiter sind, als wir eigentlich dachten. Und dass dieser Umstand sich in der momentanen Krise nicht zuletzt am POS und am POI als sehr nützlich erweist.

Wie der technologische Fortschritt Ihren Geschäftserfolg, Ihren Umsatz und die Zufriedenheit Ihrer Kunden am POS pushen kann.

Als **Profis für Medientechnik** möchten wir Ihnen heute einen weiteren Beleg für die durchschlagende Wirkung des technologischen Fortschritts am POS liefern. Deshalb geht es im aktuellen Newsletter um die Art technologischen Fortschritts, die uns ganz krisenunabhängig dabei unterstützt, den Subtext unserer Welt immer besser sichtbar zu machen, ihn stets ganzheitlicher zu begreifen und das daraus resultierende Plus an Wissen **gewinnbringend** zu nutzen.

Bemerkenswerterweise verschmelzen auch in diesem Bereich – genau wie bei unserer neuen Art der Zusammenarbeit im **Hygiene- und Remote-Modus** – Online- und Offline-Welt zunehmend miteinander.



Bosch In-Store-Analytics The Edge in Customer Monitoring.

Auf der Grundlage avancierter Kamera-Technologie und humaner Bewegungsanalyse entgeht der **In-Store-Analytics-Suite Marke Bosch** kein noch so kleiner Move, den Menschen in Ihrem Ladenlokal machen. Durch die Auswertung der erhobenen Daten in der Cloud verfügen Sie über mehr Informationen im Hinblick auf das, was Ihre Kunden wirklich wollen, als jemals zuvor. Mit anderen Worten: **Bosch In-Store-Analytics** hilft Ihnen, ein deutlich größeres und für Sie besonders wertvolles Stück vom Subtext der Welt zu lesen. Eines, das bislang unsichtbar für Sie war.

UI/UX-Design am POS

Hundertprozentige Neuheit für den klassischen Offline-Handel.

In Online-Shops ist es natürlich gang und gäbe, das Verhalten der User zu protokollieren und auszuwerten. Jeder professionelle Shop-Betreiber will sein Angebot schließlich möglichst optimal, authentisch und gemäß den Kundeninteressen präsentieren. Kunden wiederum möchten sich leicht zurechtfinden, ihre **Bedürfnisse schnell befriedigen** und dabei ein **positives, markentypisches Erlebnis** haben. Im Netz nennt sich diese Art der am User orientierten Shop-, Website- und App-Gestaltung UI/UX-Design, wobei UI für User Interface und UX für User Experience steht.

Im Grunde geht es Ihnen in Ihrem klassischen Ladenlokal um dasselbe wie dem Onlineshop-Betreiber. Anders als im Web war es aber bisher offline nicht möglich, das Verhalten der „User“ so zu überwachen, dass sich wirklich wertvolle und aussagekräftige Rückschlüsse auf eine optimale Produktplatzierung und ein die Kunden exakt bei ihren Erwartungen abholendes Merchandising hätten ziehen lassen. Mit **Bosch In-Store-Analytics** funktioniert genau das mittlerweile – zu **100% zuverlässig und absolut datenschutzkonform**.



Quantensprung für Umsatz und Personalplanung

Zwei Erfolgs-Module: Merchandising & Operations

Die **In-Store-Analytics-Suite Marke Bosch** basiert auf einem intelligenten System vernetzter Kameras, das jedoch keine Videobilder, sondern vielmehr laufend anonymisierte Positions- und Aktionsdaten Ihrer Kunden in die Cloud sendet. Dort durchlaufen diese Daten eine spezifische Analyse. Das System präsentiert Ihnen über ein Bündel individuell einstellbarer Tools tägliche, stündliche und viertelstündliche Auswertungen und Planungsvorlagen in zwei Bereichen:

- Beim **Modul Merchandising** geht es um die Verbesserung der Platzierungsprofitabilität, zum Beispiel anhand der **Kundenstromvisualisierung**.
- Das **Modul Operations** unterstützt Sie bei der Koordinierung Ihrer Personalkapazitäten. Sie erkennen unter anderem, wo genau zusätzliche **Manpower** helfen kann, Kundenfrustration und Einkaufsabbrüche zu vermeiden.

GOERTZ Medientechnik GmbH

Willstätterstraße 1

40549 Düsseldorf

Tel: +49 (0)211 522818 0

Fax: +49 (0)211 522818 10

info@goertz-medientechnik.de

www.goertz-medientechnik.de