



SPORT 2000 – Bike Profi

Bewegtbilder am Point of Sale: Wie Digital Signage den Fachhandel revolutioniert

Im Zuge der voranschreitenden Digitalisierung werden neue Ansätze erforderlich, um die Kundschaft im Fachhandel gezielt anzusprechen und ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen. Die Integration von Digital Signage bietet eine moderne und kundenorientierte Verkaufsstrategie, die nicht nur die Markenpräsenz stärkt, sondern auch das Umsatzpotenzial für den Fachhandel erhöht.

In einer Welt, in der visuelle Reize immer bedeutender für die Kaufentscheidungen werden, eröffnet Digital Signage dem stationären Fachhandel neue Möglichkeiten. Bewegtbilder sind ein entscheidender Faktor für die Aufmerksamkeit am Point of Sale (POS). Im Vergleich zu statischen Plakaten aktivieren sie nicht nur die Aufmerksamkeit wesentlich stärker, sondern animieren auch aktiv zum Hinsehen. Studien zeigen, dass beeindruckende 98% der Befragten digitale Screens mit Bewegtbild aktiv wahrnehmen. Daher eignet sich Digital Signage optimal, um die Kundschaft über digitale Displays mit ihren Werbebotschaften zu erreichen. Kristina Iannotti, Head of Marketing & Communication bei ANWR-GARANT SWISS AG, betont: »Der stationäre Fachhandel steht vor grossen Herausforderungen im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung. Insbesondere die digitale Kundenkommunikation innerhalb und ausserhalb des Fachgeschäfts gewinnt dabei zunehmend an Bedeutung. Es ist heute wichtiger denn je, die Vorteile eines stationären Geschäfts für Endkunden effektiv zu kommunizieren, ebenso wie die Werbebotschaften der verfügbaren Produkte oder Markenwelten. Digital Signage macht dies möglich.«



Bild: Meini Sport in in Laax

Warum wirkt Digital Signage?

Der Mensch vertraut in vielen Situationen immer noch auf seinen Urinstinkt und reagiert entsprechend auf Bewegtbilder. Sobald das Auge eine Bewegung registriert, möchte man wissen, was sich dahinter verbirgt. Digitale Bildschirme können daher den Umsatz bis zu 33% erhöhen, insbesondere für Markenprodukte. Eine Studie von M-Cube zeigt, dass 91% der Einzelhändler einen Umsatzwachstum verzeichneten, nachdem sie in Digital Signage investiert haben¹. Premium Sports Group-Fachhändler Michi Habegger, Mitglied der Geschäftsleitung der Meini Sport & Mode AG bestätigt: «Digitale Signage

¹ <https://invidis.de/2023/09/studie-digital-signage-fuehrt-bei-91-aller-retailer-zu-umsatzsteigerungen/>



ermöglicht es uns, Werbung und Inhalte dynamisch anzupassen und gezielt auf unsere Kunden abzustimmen, was zu einer stärkeren Kundenbindung und einem positiven Markenimage führt. Gleichzeitig sparen wir langfristig Kosten, da Inhalte einfach aktualisiert und flexibel angepasst werden können.»

Verkaufen durch Emotionen

Emotionen spielen eine entscheidende Rolle bei den Kaufentscheidungen der Konsumentinnen und Konsumenten. Diese Erkenntnis aus der Hirnforschung spielt auch im Verkauf eine wichtige Rolle: Da die Evolution den Menschen ständig auf die Suche nach guten Gefühlen schickt, werden die Fachgeschäfte beim Verkaufen am erfolgreichsten sein, wenn sie ihrer Kundschaft eine positive Stimmung verschaffen. Digital Signage ist eine Möglichkeit, diese Emotionen an verschiedenen Standorten im Fachhandel auszulösen.

Vorteile von Digital Signage

Neben einem schnellen Wechsel der Inhalte und einer hohen Akzeptanz bei Kundinnen und Kunden präsentieren sich die Fachgeschäfte als modern und kundenfreundlich. Zudem schaffen Digital Signage Systeme eine angenehme Atmosphäre und entlasten die Mitarbeitenden vor Ort durch die zentrale Steuerung und Qualitätssicherung durch die ANWR-GARANT SWISS AG. Michelle Eigenmann, Projektleiterin Marketing bei der ANWR-GARANT SWISS AG: «Aktuell bewirtschaften wir 24 Standorte in der Schweiz. Wir dürfen mit Werbebotschaften von über 60 Marken und jährlich über 250 Buchungen die attraktiven Sportfachhändler-Standorte bespielen».

Daniela Duss, verantwortliche Marketing Wintersport bei HEAD Switzerland AG ist begeistert: «Dank Digital Signage können wir uns von der Konkurrenz abheben und ein innovatives sowie zeitgemässes Image vermitteln. Gleichzeitig werden unsere Produkte auf eine auffällige und ansprechende Weise präsentiert, die Sichtbarkeit unserer Marke steigert und das Interesse potenzieller Kundinnen und Kunden weckt. Die Wiedererkennung der digitalen Botschaften, sei es am POS oder auf Social-Media-Plattformen, verstärkt die Reichweite und Wirksamkeit unserer Marketingstrategie und fördert die Interaktion mit der Zielgruppe.» Aufwändige und teure Produktionen von Postern, Stellern, etc. entfallen dank Digital Signage.

Die Integration von Digital Signage in die Geschäftsstrategie bietet somit eine Chance für Fachhändler, die Bindung zu ihrer Kundschaft zu festigen, die Präsenz ihrer Marke zu steigern und letztendlich das Umsatzpotenzial zu maximieren.

Kurzfassung:

Digital Signage ist eine innovative Lösung für den stationären Fachhandel, die eine gezielte Kundenansprache am Point of Sale ermöglicht. Durch die Integration von Bewegtbildern wird nicht nur die Aufmerksamkeit der Kundschaft gesteigert, sondern auch Emotionen effektiv angesprochen, was das Umsatzpotenzial deutlich erhöht. Studien zeigen, dass Digital Signage den Umsatz um bis zu 33% steigern kann, während eine zentrale Steuerung der Inhalte durch die ANWR-GARANT SWISS AG die Effizienz im Fachhandel verbessert. Aktuell bewirtschaftet die Retail-Serviceorganisation 24 Standorte bei Schweizer Sportfachhändlern mit regelmässiger Präsenz von über 60 Marken und über 250 Buchungen im Jahr. Die Mitarbeitenden der Fachhändler haben so mehr Zeit für den Verkauf und müssen sich nicht mehr um die Werbebotschaft auf der Verkaufsfläche kümmern.



ANWR



Über ANWR-GARANT SWISS AG

Die ANWR-GARANT SWISS AG versteht es, traditionelle Werte und fortschrittliche Strategien höchst effektiv im Interesse des selbstständigen Fachhandels zu verbinden. Durch jahrzehntelange Erfahrung im Dienstleistungsbereich setzt die ANWR GROUP Trends, reagiert auf Marktveränderungen und entwickelt Visionen für die Zukunft. Das breite Service- und Dienstleistungsangebot richtet sich an eigenständige im Schuh-, Sport- und Fahrradbereich. Die Retail-Serviceorganisationen dieser Fachgebiete – ANWR Schuh, SPORT 2000 und Bike Profi – unterstützen die Händler im Marketing, der Warenbeschaffung und vielen weiteren Dienstleistungen.

Mehr Informationen zum Unternehmen unter www.agsag.ch.

Pressekontakt



360 brand connection
Agentur für PR und Digitale Kommunikation
Seestrasse 97
CH-8800 Thalwil
+41 44 721 36 00
info@360brandconnection.ch
www.360brandconnection.ch

Keywords: Digital Signage, Digitalisierung, Fachhandel