

SPEZIALISTEN FÜR DIGITALE POS-KONZEPTE



TEAMGEIST:
Xplace bietet Full-
Service-Kompetenz

Der Baukasten für die Digitalisierung des stationären Handels enthält viele Module. Zum Beispiel Bausteine für die Verbesserung der direkten Kommunikation mit den Kunden. Hinter dem Fachbegriff „Digitale Signage“ verbergen sich spezielle Konzepte, die auch für inhabergeführte Läden etwa in der Spielwarenbranche interessant sind. Die Spezialisten von xplace wissen, wie es geht.

Das 2002 in Göttingen gegründete Unternehmen xplace will sich breiter aufstellen. Deshalb soll das Geschäft insbesondere auch mit mittelständischen Handelsunternehmen ausgebaut werden. Mit dem eigenen Portfolio an digitalen Instrumenten sieht sich xplace gut gerüstet, um auch den stationären Handel in eine sichere Zukunft zu begleiten. Das Know-How des Spezialisten für Digital Signage wird von prominenten Kunden wie Miele, WMF, Intersport oder Thalia genutzt. Das Drittkundengeschäft soll aber deutlich verstärkt werden. Wichtigster Auftraggeber ist bislang die Media-Saturn-Holding, deren Tochtergesellschaft xplace seit 2012 ist.

Elektronische Displays und Plakate sowie Touch-Screen-Bildschirme haben längst Einzug in das Marketing von Handel und Industrie gehalten. Die Instrumente des Digital Signage dienen der technologischen Ertüchtigung des Point of Sale, um mit dieser anderen Art der Inszenierung den Kunden vor Ort eine lebendige und abwechslungsreiche Ansprache zu bieten. Das Alleinstellungsmerkmal von xplace ist es nach Unternehmensangaben, alle diese Aktivitäten gebündelt anbieten zu können.

Für die Spielwarenbranche hat xplace Lösungen und Produkte parat, die in anderen Branchen erprobt sind und für die es deshalb entsprechende Erfahrungswerte gibt. Hier einige Beispiele:

- digitale Preisauszeichnung (Vorteile: Mitarbeiter gewinnen Zeit für die Kundenberatung; keine falschen Preisauszeichnungen mehr; dynamische Preisanpassung möglich; highlighten von Angeboten)
- Regalverlängerungen, die auf digitalen Displays zeigen, was nicht ins Regal

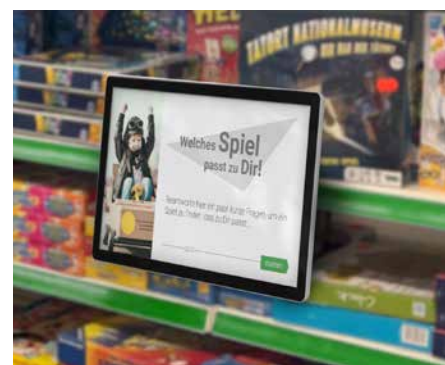
passt. Mit einer Verlinkung zum eigenen Webshop oder einer kollektiven E-Commerce Plattform lassen sich Umsatzsteigerungen für Läden mit einer kleineren Verkaufsfläche erzielen

- Beratungsterminal mit eingebautem Screen, auf dem Video abrufbar sind, die beispielsweise Spiele anschaulich erklären
- Spielecke/Kids Corner (Erhöhung der Verweildauer im Geschäft; bruch-sichere Screen in Spieltische integriert; darauf können altersgerechte Spiele abgerufen und ausgeführt werden)
- Smart Shelf Displays: angebracht auf Augenhöhe direkt an der Ware im Regal sind sie ein Unterhaltungstool für Eltern und Kinder, das für eine höhere Verweildauer im Geschäft sorgen soll
- Sensorik: Sensoren erfassen datenschutzkonform u.a. Anzahl der Besucher, Geschlecht, Personengruppe (Stöberer, Kunde, Mitarbeiter). Die Customer Journey wird analysiert, visualisiert und prognostiziert. Xplace erbringt diese Leistungen in Partnerschaft mit dem Stuttgarter Spezialisten sensalytics.

Xplace versteht sich als Digital-Signage-Anbieter mit Full-Service-Kompetenz. Nach der Beratung, der Konzeption und der Umsetzung der Flächenkonzepte betreut xplace die Digitalisierungsprojekte seiner Kunden mit einem eigenen Supportteam, das in Göttingen sitzt. Außerdem entwickelt ein eigenes Content-Team kundenspezifische Inhalte, die für eine passgenaue Auspielung auf den installierten Screens sorgen.



PLACE & LEARN:
Digitale Erklärungen für
ausgewählte Artikel



SPIELEBERATER: Entscheidungshilfe
direkt am Regal