



## Interactive Tour

### Außergewöhnliche Markenerlebnisse dank digitaler, vernetzter Lösungen am Point of Sale für die Automobilbranche

Im Showroom beziehungsweise auf der Kommunikationsfläche wird der Besucher zunächst von einem Virtual Promoter begrüßt und über die Vorteile einer Smartphone App aufgeklärt, die ihm das besondere Einkaufserlebnis ermöglichen wird. Nach der Installation kann er nun die Ausstellung interaktiv erleben und alle Angebote erkunden. Nähert er sich einem Fahrzeug, so erhält er sofort alle relevanten Informationen hierzu auf sein Smartphone, kann diese via Social Media teilen oder den Auto-Konfigurator nutzen.

Das Konsumentenverhalten des Besuchers im Autohaus wird parallel in der Cloud auf sichere Weise erfasst und für den Autohändler visuell aufbereitet. Durch die Integration der Daten in der Kundendatenbank des Autohändlers wird ein umfassendes Reporting sichergestellt. So kann jeder nächste Kontakt zum Kunden auf einer bereits entstandenen Beziehung aufbauen und diese sukzessive intensivieren.

### CONNECTED RETAIL EXPERIENCE

Interaktive und digitale Lösungen am Point of Sale spielen im digitalen Zeitalter eine elementare Rolle, will man den Wünschen des Kunden nach mehr Interaktion, Persönlichkeit sowie besonderen Erlebnissen gerecht werden und ihn nachhaltig für sich begeistern. „Connected Retail Experience“ heißt dabei unsere Antwort auf die digitale Inszenierung und Vernetzung Ihrer Kommunikationsflächen.

### **Interactive Touchpoint/Virtual Promoter**

Virtual Promoter ist das Tor zur digitalen Welt auf der stationären Fläche und stellt den direkten interaktiven Kontakt zwischen Kunden und Händlern her. Er ist eine virtuelle Person in Lebensgröße, die aus einem interaktiven Screen heraus Besucher willkommen heißt, Produkte sowie Services erklärt und sich einfach über Gesten steuern lässt.

### **Location Based Services/App & Beacon Technology**

Location Based Services sind standortbezogene mobile Dienste, mit denen Sie Ihre Kunden an speziell definierten Points of Interest (POI) ansprechen können. Ihre Kunden nutzen dafür ganz einfach ihr privates Smartphone und erhalten darüber relevante Informationen, Beratung und Angebote im Rahmen mobiler Apps.

### **Data Aggregation & Analytics**

Dank dieser Services kann der Händler sich auf den Kunden vorbereiten und bekommt nützliche Informationen zur Verfügung gestellt. Er kann auf Basis der Informationen gezielte Vorschläge Richtung Cross- und Upselling machen.

### **Kundennutzen**

- Faszinierende, zukunftsweisende Markenerlebnisse bis ins kleinste Detail (ausprobieren und mit allen Sinnen erleben statt bloß informieren)
- Wertschätzung und Zeitersparnis durch personalisierte Angebote zu jeder Zeit und an jedem Touchpoint
- Informationsaustausch mit Freunden und Familie in Echtzeit

### **Händlernutzen**

- Kundenverhalten vorhersagen
- Kundenverhalten analysieren (Heatmaps, Verweildauer, Konfigurationen, sozialer Status etc.)
- Langfristige Kundenbindung schaffen
- Auf die persönlichen Bedürfnisse des Kunden zugeschnittene Angebote entwickeln
- Verbindung zu CRM und anderen Softwarelösungen