

## ANWENDUNGS- BEISPIEL MEDIA MANAGEMENT SYSTEM

### KUNDEN

Retailer, Tankstellen, Hotels und Handelsmarken sowie Netzbetreiber

### GESCHÄFTSBEREICH

Elektronische Bezahlssysteme

### STANDORTE

Deutschlandweit einsetzbar, bzw. an allen aufgesetzten Gerätetypen mit entsprechender Anbindung

### VERIFONE LÖSUNG

Media Management System für POS-Terminals



# MEDIA MANAGEMENT AM POINT-OF- PAYMENT

Die fortschreitende Digitalisierung macht Verbraucher anspruchsvoller. Statt reinem Abverkauf erwarten sie vom stationären Handel ein Einkaufserlebnis mit konkretem Mehrwert. Doch im Omni-Channel-Kreislauf hat nicht derjenige die Nase vorn, der der Fülle an Kanälen einen weiteren hinzufügt. Sondern derjenige, der bestehende Kanäle intelligenter und einheitlicher nutzt als der Wettbewerb. Immer mehr Händler rücken dabei auch den Check-Out-Bereich des stationären POS in den Fokus. Er ist gleichzeitig End-, aber auch wieder Startpunkt des Einkaufs. Mitunter werden hier zehntausende Kontakte am Tag verzeichnet – die noch stärker genutzt werden können. Einen wichtigen Beitrag hierfür leisten moderne Bezahlterminals von Verifone: Über die schnelle und einfache Abwicklung von elektronischen Transaktionen hinaus ermöglichen sie durch die Kombination großer Farbdisplays mit dem leistungsfähigen Media Management System neue Wege in der Kundenansprache, stärken die Bindung zum Verbraucher und bieten Mehrwert durch Emotionalität und digitale Vernetzung.

## HERAUSFORDERUNGEN

Die Digitalisierung des POS und des Check-Out-Bereichs verändern die Bedürfnisse an die Bezahlumgebung:



Ein führender Retailer im Bereich Fashion möchte schon beim Bezahlvorgang über die Angebote der kommenden Woche informieren und auf Aktionsware hinweisen.



Eine große deutsche Tankstellen-Kette plant, ihre Kundenbindungsprogramme attraktiv und aufmerksamkeitsstark zu bewerben.



Einem lokalen Unternehmen für Wohnaccessoires mit fünf Geschäften ist es wichtig, seinen POS weiter zu beleben. Die Displays der neuen Bezahlterminals sollen auch zur Bewerbung der im Laden vertriebenen Marken dienen. Darüber hinaus wird zusätzliche Wertschöpfung durch die Vermietung des unkonventionellen Werbeplatzes angestrebt.



Ein Bio-Supermarkt will die Wartezeit an der Kasse – bisher eine „Down Time“ für die Kunden – sinnvoll nutzen. Durch die prägnante Erläuterung des Nachhaltigkeits-Engagements auf den Terminaldisplays soll der Verbraucher langfristig gebunden werden.



Eine deutschlandweit tätige Hotelkette möchte ihr Bonusprogramm für Mitglieder bewerben und deren Nutzungsrate steigern.



Neben mittelständischen Retailern interessieren sich auch große Markenartikelhersteller für die Möglichkeiten multimedialer Bezahlterminals. So zielt etwa ein bekannter Lebensmittelproduzent darauf ab, seine neuen Bio-Produkte zu bewerben, ein umsatzstarker Modehersteller will seine neue Kollektion innovativ vorstellen, ein Kartenherausgeber möchte die kontaktlose Bezahlung mit NFC bewerben.



**Multimedia-Terminal MX 925 mit 7"-Farb-Touchdisplay**



**Hybrid-Terminal H5000 mit 3,5 Zoll Touchscreen**

## LÖSUNG

Verifone startet mit zwei Terminallösungen, die in Kombination mit dem Media Management System zum Verwalten und Abspielen von Inhalten den Check-Out für Verbraucher zu einem Erlebnis werden lassen.

Das Multimedia-Terminal MX 925 eignet sich mit seinem brillanten 7"-Color-Touchdisplay, dem größten seiner Art im Bezahlumfeld, ideal für die Anzeige von Werbeanzeigen und Videoclips. Dank Gorilla-Glas und integriertem Signierstift ermöglicht es effiziente elektronische Unterschriftenerfassung. Das Gerät unterstützt Zahlungsfunktionen wie EMV-Chip- und magnetstreifenbasierte Transaktionen oder auch kontaktlose Bezahlungen per NFC-Karte oder Mobile Wallet.

Das Hybridterminal H5000, ist eines der meistgenutzten Terminals für sämtliche elektronische Bezahlverfahren in Deutschland. Mit dem 3,5"-Color-Touchdisplay bietet es ebenfalls die Möglichkeit, Multimedia-Content einzubinden. Darüber hinaus ist es für den Einsatz der sogenannten „Virtuellen Händlerkarte“ für die Geldbörsen-Anwendungen girogo und GeldKarte vorbereitet.

Beide Terminals garantieren durch vielfältige Kommunikations- und Kassenschnittstellen die reibungslose und investitionssichere Einbindung in die jeweilige POS-Umgebung.

**„Der Handel verlangt POS-Lösungen, die einfach in die vorhandene Infrastruktur integriert werden können, für den Anwender intuitiv nutzbar sind und langfristig sinnvoll eingesetzt werden können.“**

Markus Hövekamp, Vorsitzender der Geschäftsführung, Verifone GmbH

## ERGEBNISSE

Um das Potenzial multimedialer Kundenansprache über die Bezahlinfrastruktur am POS bestmöglich nutzbar zu machen, sind maßgeschneiderte Lösungen entscheidend:



Der führende Retailer im Bereich Fashion nutzt das Media Management System von Verifone zur attraktiven Bewerbung seiner Angebote – in enger Kooperation mit dem Marketing-Team. Die Einbettung und Administration des Marketing-Contents über die Displays der Bezahlterminals ist schnell und flexibel. Auch die regelmäßigen Updates sind einfach in Eigenregie durchführbar. Das spart Zeit, Geld und Ressourcen.



Die Kundenbindungs-Promotion der großen deutschen Tankstellen-Kette wird ebenfalls über das Media Management System verwaltet und als Serviceleistung zugekauft. Diese Lösung bietet sich besonders für Inhalte an, die konstant über einen längeren Zeitraum auf die Geräte aufgespielt werden sollen.



Das lokale Unternehmen für Wohnaccessoires „vermietet“ seine Verifone-Terminaldisplays als Werbeplatz über sogenannte Digital-Out-of-Home-Agenturen an Handelsmarken und hat so eine neue Einnahmequelle geschaffen.



Zahlreiche  
Optionen in  
einem Gerät



Da das Nachhaltigkeits-Engagement des Bio-Supermarkts dauerhaft in die Kommunikation am POS eingebettet werden soll, wird der Verifone-Service hinzugekauft und die Inhalte über das Media Management System eingepflegt. Darüber hinaus bietet sich die Möglichkeit, die Displays als Werbefläche für die vertriebenen Marken für Dritte verfügbar zu machen.



Die Hotelkette nutzt das Angebot seines Netzbetreibers, um von der neuen Nutzungsmöglichkeit der Terminaldisplays zu profitieren. Denn dieser verwendet bereits das Media Management System zum Einstellen von Content und bietet diesen Service seinen Kunden an. Der Netzbetreiber verarbeitet auch die über das Terminal erfassten Kundenkarten-Informationen aus einer Werbeaktion über den gesamten Zeitraum.



Die beiden führenden Markenartikelhersteller und der Kartenherausgeber kooperieren mit Digital-Out-Of-Home-Agenturen. Diese vermarkten die Displays der Bezahlterminals als innovative Werbeflächen bei Lebensmittelketten bzw. Modehändlern, welche ebenfalls vom gesteigerten Umsatz durch vermehrte multimediale Kundenansprache profitieren. So wird über das Media Management System zusätzlicher Umsatz für Groß- und Einzelhändler erwirtschaftet.

## VORTEILE FÜR RETAILER

- Keine zusätzliche Hardware notwendig
- Kein Platzverlust an der Kasse
- Nahtlose Einbindung
- Schnelle und einfache Nutzung
- Geschlossene „Customer Journey“ – der Verkaufsabschluss animiert zur Wiederkehr
- „Down Time“ wird zur „Prime Time“
- Erscheinungsbild des POS wird aufgewertet

## VORTEILE FÜR MARKENARTIKELHERSTELLER

- Attraktive mediale Ansprache unmittelbar beim Kunden
- Hohe Kontaktrate
- Verbraucher in der Warteschlange sind aufgeschlossen für Werbung<sup>1</sup>
- Nahezu die Hälfte der Kunden wartet zwischen einer und vier Minuten an der Kasse<sup>1</sup> die „Langeweile“ kann gut zur gezielten Ansprache genutzt werden
- Spontan- und Wiederholungskäufe werden begünstigt

<sup>1</sup> Ergebnis einer von Verifone in Auftrag gegebenen repräsentativen Forsa-Umfrage.



Brillante  
Bildqualität  
und einfache  
Bedienung