



FRISCHETHEKE (GMAA) FREQUENZERHÖHUNG DURCH DIGITALE FERNFELDKOMMUNIKATION

Brutzelndes Grillfleisch, sämiges Käsefondue oder grillierte Riesencrevetten – die Genossenschaft Migros Aare testet die Wirkung von digitaler Fernfeldkommunikation auf die Frequenzsteigerung und das Kaufverhalten der Kunden.

An zwei Standorten platziert die Genossenschaft Migros Aare (GMAA) oberhalb der Frischetheken (Fleisch, Fisch, Käse) zwei Bildschirme und bespielt diese mit digitalem Content. Die Animationen zeigen lecker zubereitetes Fleisch, Fisch und Käse sowie Aktionen und Empfehlungen vom Chefmetzger. Ausserdem bewirbt die Genossenschaft Migros Aare auch zusätzliche Dienstleistungen, wie z.B. die individuelle Zubereitung oder Marinaden der Frischeprodukte. Damit sollen die Konsumenten über das breite Dienstleistungsangebot der Frischetheken aufmerksam gemacht, inspiriert und informiert werden. Um den Kunden bei

seinem Einkauf zu unterstützen, promotet die GMAA über die Bildschirme Angebote und Rezeptvorschläge. Die GMAA verfolgt das Ziel mit der Fernfeldkommunikation die Neu- und Kundenfrequenz an den Frischetheken zu erhöhen sowie den Abverkauf der Frischeprodukte zu steigern. Durch die Distanzwirkung optimiert die Fernfeldkommunikation zudem die Orientierung der Kunden innerhalb der Filiale.

screenFOODnet erarbeitete die Konzeption für die digitale Lösung und betreute die Genossenschaft Migros Aare bei der Pilotumsetzung. Die Erstellung der Inhalte erfolgte ebenfalls durch screenFOODnet, welche im Auftrag der Genossenschaft Migros Aare sowohl das Content Konzept erarbeitete als auch die Produktion der Inhalte übernahm und das Content Management sicherstellt. Für die Verwaltung, Steuerung und Publizierung der Inhalte setzt die GMAA auf die Digital Signage Software screenFOOD® CS.

Für die Nahfeldkommunikation bespielt die Genossenschaften Migros Aare (so-

wie weitere Genossenschaften) im Thekenbereich die Waagenbildschirmen mit digitalen Inhalten. Mehr Informationen dazu finden Sie in der entsprechenden Success Story «Integrierte und kundentaffine Produktwerbung auf Food-Waagen bei der Migros».

Leistungen seitens screenFOODnet:

- Konzeption
- Software screenFOOD CS
- Project Management
- Content Konzept und Produktion
- Content Management
- Hardware, Gehäuse und Installation

Kundenschnittstellen:

Genossenschaft Migros Aare (IT und Marketing)

„Mit screenFOODnet konnten wir nicht nur die Basis für das digitale Medium schaffen, sondern erhielten auch professionelle Unterstützung bei der Content-Entwicklung. Das Ergebnis stösst intern sowie bei unseren Kunden auf grosse Akzeptanz.“

- Daniel Kästli, Leitung Konzeption & Flächenmanagement, Genossenschaft Migros Aare
- Selina Pichler, Projektleiterin Marketing Marktbearbeitung, Genossenschaft Migros Aare