



M-INDUSTRIE GESCHMACKSPROBE MIT VISUELLER „STORY BEHIND“ BEI MIGROS

Migros-Produkte degustieren und dabei noch etwas über die Herkunft und Herstellung erfahren oder von aktuellen Aktionen profitieren.

Zur Vermarktung ihrer selber produzierten Produkte und Marken setzt die Migros auf Geschmacksproben am Point of Sale. In über 100 ausgewählten Filialen kann der Konsument an sogenannten Fixinstallationen wöchentlich eines von ca. 10'000 selber produzierten Produkte und Marken der Migros probieren. Die Informationen zum Produkt wie Aktionen, Herstellungs-dokumentationen und Produktwerbung präsentiert der zusätzlich platzierte Bild-

schirm. Die animierten Inhalte, welche auf dem Screen präsentiert werden, steigern zusammen mit der Degustation das Einkaufserlebnis des Kunden und optimieren die Vermarktung der selber produzierten Produkte und Marken.

Mit der Degustation soll der Kunde geschmacklich vom Produkt überzeugt werden. Für die emotionale Überzeugung zeigen die ansprechenden Bewegtbilder dem Kunden die Produktgeschichte sowie die Herstellungs- und Herkunftsinformationen. Der Auftraggeber die M-Industrien bietet damit seinen Kunden eine „story behind“ – die Geschichte hinter dem Produkt. Damit erfährt der Konsument nicht nur, wie ein Produkt schmeckt und riecht, sondern auch wie

dieses produziert wird und welche Werte damit verbunden werden. Die Ziele dabei sind die Steigerung des Abverkaufs.

Diese Digital Signage Lösung durfte screenFOODnet Digital Signage Retail Services gemeinsam mit M-Industrie und der MITS (Migros IT Services) umsetzen.

Kundenschnittstellen:
M-Industrie und MITS (Migros IT Services)