

Erhöhtes Einkaufserlebnis durch digitale Instore Kommunikation

Telenor Group

Das Telekommunikationsunternehmen Telenor Group eröffnete in Norwegen erstmals zwei Filialen unter ihrem eigenem Namen. Das Ladenkonzept zielt darauf ab, eine kundenfreundliche Vermittlung des Angebotes zu präsentieren. Dabei dient die digitale Instore Kommunikation als perfekter Begleiter für die innovative Positionierung der Marke.

Die Telenor Group agiert als führender Telekommunikationsanbieter weltweit und präsentiert sich in den skandinavischen Ländern stark im Bereich Mobile, Breitband und TV Service. Diese virtuellen Leistungen unkompliziert, einfach und verständlich an den Kunden zu bringen, nahm Telenor als Herausforderung an und eröffnete im September 2010 die ersten zwei Shops in Oslo unter ihrem eigenen Brand «Telenor». Das neuartige Konzept dieser Läden holt die Kunden dort ab, wo sie nicht mehr weiter wissen: nämlich im Telekommunikationsdschungel die richtige Wahl für seine Bedürfnisse zu treffen. Dabei soll das Käuferlebnis gesteigert werden, das durch die konsistente Umsetzung des Designs, von der Verpackung bis hin zum Ladenbau und der darin integrierten Digital Signage Lösung, angestrebt wird.



Für die digitale Instore Kommunikation sind zwei grosse Bildschirme bei den Schaufenstern platziert, auf denen die Laufkundschaft mit frischen, abwechslungsreichen Telenor Werbespots angelockt wird. Innerhalb des Geschäftes macht ein 52 Zoll Multitouch Bildschirm die Besucher auf die verschiedenen Services und Bandbreiten von Telenor aufmerksam. Konzipiert als ein Querschnitt durch einen Familienhaushalt, erkennt man in den verschiedenen Räumen allerlei mögliche Benutzungsszenarien im Bereich Telekom Service. Durch die Berührung auf ein Szenario öffnet sich ein neues Fenster, das weitere Informationen dazu liefert – für den Besucher und den Shop Angestellten. Denn das Tool eignet sich sehr gut als Verkaufshilfe, da es dem Besucher visuell und auditiv seine Bedürfnisse erklären kann.



Zielorientiert werden in den Telenor Shops auch die mobilen Geräte präsentiert. Sie sind alle durch ein ausgeklügeltes System mit einem Bildschirm in unmittelbarer Nähe gekoppelt. Sobald ein Besucher ein Handy aus dem Regal entnimmt, erscheint auf dem Display die entsprechenden Produktinformationen. Durch den integrierten Touchscreen kann sich der Kunde zudem über weitere Produktdetails informieren und so sein bevorzugtes Preismodell zum Wunschhandy interaktiv durchleuchten und allenfalls vergleichen. Zudem wird die Installation durch die Anbindung an ein Statistiktool laufend optimiert. Die Daten geben Anhaltspunkte über das Verhalten der Käufer und liefern dadurch wertvolle Informationen für die Verbesserung des Konzeptes.



Das Projekt wurde erfolgreich mit dem screenFOOD Partner Inventa und dem Projektteam von Telenor umgesetzt. Die Ausstattung von weiteren Telenor Shops in anderen Ländern ist aufgrund des grossen Erfolges geplant.

screenFOOD® kurz:

Die screenFOOD AG mit Sitz in Luzern (Schweiz) widmet sich seit 1998 dem aufsteigenden Digital Signage Markt. Die aufeinander abgestimmte Software-Produktfamilie deckt die unterschiedlichen Bedürfnisse ab und lässt sich so in diversen Branchen einfach integrieren. Der Einsatz der raffinierten screenFOOD® Software sichert dem Kunden effiziente Kommunikationsmassnahmen ohne grosse Streuverluste. Unter der Marke screenFOOD® sind die drei Hauptprodukte screenFOOD® SA, screenFOOD® CS und DOORscreen angegliedert, die mit verschiedenen Zusatzmodulen ausgestattet werden. Der Vertrieb der screenFOOD® Produkte verläuft über Händler und Integratoren, um Lösungen aus einer Hand anzubieten.