

I-POS Project

“Active Customer Interaction” mit I-PAPER Direct Mailing Konzeption von PaperGate

Problem:

- Rückläufige Umsätze bei Einzelhändlern.
- Sinkende Erträge im Großhandel
- Teure, ineffiziente Werbung in Printmedien ohne Responsekontrolle.
- Social Networks / communities beeinflussen die Konsumgewohnheiten der Verbraucher.
- Sinkende Marktbedeutung vieler Print-Anwendungen zugunsten von Onlinemedien.
- Rabattsysteme am POS durch „Scannen“ des Einkaufsverhaltens wird von vielen Konsumenten nicht akzeptiert. Konsumenten werden kritischer und verlangen Datensicherheit (Beispiel Payback)
- Trotz des teilweise sorglosen Umgangs der Konsumenten mit persönlichen Daten reagiert die Bevölkerung auf Datenschutzpannen zunehmend sensibel.
- Die Informationsgesellschaft erzeugt ständig neue Geschäftsvolumen. Anwendungen, wie sie noch vor Jahren undenkbar gewesen wären, erobern neue Märkte und erzeugen Milliardenwerte. Der Wunsch des Konsumenten nach Kommunikation mit den Unternehmen besteht.
- „Out-of-home-advertising“ ist ein Megatrend. 70 % aller Kaufentscheidungen werden am POS getroffen.

Aus diesem Grund hat sich PaperGate entschlossen, ein System zur Serienreife zu bringen, das unter dem Namen I-POS (Intelligent Paper - Point of Sale - Service System) zukünftig vermarktet werden soll.

Lösung:

- Datenerfassung durch eigene Terminals am POS.
- Die Konsumenten werden durch ein Mailing eingeladen, zum POS zu kommen.
- Die Attraktionen für eine entsprechende Response sind Gewinnspiele und Einkaufsrabatte, die man nur bekommen kann, wenn man zum POS kommt.
- Der Identifikator der Kunden-Identität ist I-PAPER. Bei der ersten Identifikation wenn die Kundendaten zur Profilierung seines Kaufverhaltens oder seines Interesses erhoben werden, spielen unsere Terminals in Form eines Werbedisplays die Hauptrolle. Nur über unsere eigenen Datenerfassungsterminals werden die Daten erhoben und anschließend im I-PAPER gespeichert. Gleichzeitig werden die erfassten Daten auf unsere Daten-Server geleitet, wo wir eine Kundendatenbank betreiben.
- Unabhängigkeit und Datenschutz: Am POS ist keine Anbindung an die hauseigene IT-Infrastruktur unseres Kunden notwendig. Unsere separate Plattform ermittelt die Daten völlig autonom. Dabei können wir, dank des geschlossenen Systems eine hohe Datensicherheit garantieren.



Der I-PAPER Coupon ist an sich schon ein Medium mit hoher Datensicherheit. Mittels Sicherheitscodierungen wird ein unerlaubtes Schreiben und Lesen unmöglich gemacht, im extremsten Fall kann der Konsument sein Papier zerreißen um eine weitere Identifizierung unmöglich zu machen. Im Anschluss an die Identifizierung/Profilierung des Konsumenten wird eine automatische Responsemessung durchgeführt, die die Effizienz der Werbeaktion nachweist. Gleichzeitig mit der

Datenerhebung wird eine Auswertung ermöglicht und als Konsequenz eine neue Mailingaktion mit der nächsten I-PAPER Werbeaktion bzw. Kampagne ausgelöst.

Die Ergebnisse der Profilierung erlauben dem auftraggebenden, werbetreibenden Unternehmen Rückschlüsse auf die Kontaktdaten mit gleichzeitiger Opt-In, bzw. der datenschutzgemäßen Auswertungserlaubnis, die der Verbraucher abgibt. Bei mehrmaligen Mailingkampagnen erhöht sich automatisch die Qualität der erhobenen Daten.

Mit I-POS lassen sich:

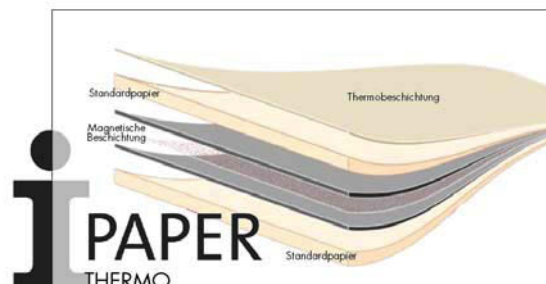
- Spontankäufe fördern
- Wechselbereite Käuferpotenziale erschließen
- Kaufmotivationen erhöhen
- Neukunden gewinnen
- Stammkunden nachhaltig binden und
- Konsumentenverhalten profilieren und neue Märkte recherchieren.

Kompakt:

I-PAPER ist ein neuartiges Kommunikationsinstrument als externer, mobiler Datenträger und vermittelt zwischen Werbung und Verbraucher. Es ist ein aktives Medium zur Optimierung und Datenerhebung von Kaufverhalten der Konsumenten am Point of Sale vor Ort. I-POS mit I-PAPER als System garantiert in einem Closed Loop Sicherheit, Optimierung und Erfolg. Das Cover für die Terminals lässt sich – wie ein Display gestalten, bedrucken und für eine weitere Kampagne durch neu bedruckte Covers ersetzen. Das System arbeitet unabhängig von fremden Kunden-Netzwerken.

Was ist I-PAPER?

I-PAPER ist ein externer Datenträger in Papierform, bei I-POS vorzugsweise als Ticket oder Coupon. Es besteht aus zwei laminierten Papierschichten und einer magnetischen Speicherschicht dazwischen. I-PAPER ist eine Erfindung von PaperGate und ist weltweit patentiert.



Was sind Displays?

Verkaufsdiskontrollen werden im Handel als Verkaufshilfen eingesetzt. Sie lassen sich farbig bedrucken und sind aus stabilem Material, hauptsächlich Wellpappe hergestellt. Es sind große, gestanzte Freiformen möglich, z.B. Cola Flasche, Banane, Big Mac, Promobilder etc.

Zielgruppen:

Supermarkt-Ketten, Groß- und Einzelhändler, Eventagenturen, Kultur- Sport-Events, Bausparkassen, Banken, Transport/Logistik, Waren-/Personen-Identifikation, Pharmahandel, Apotheken, Hotels, Gastronomie, Messen, Kongressveranstalter, Kommunale Dienstleister, Kliniken etc.

Die Komponenten:

Strategie und Planung, Daten-Integration, Mailing/Display-Design, Mailing/Display-Produktion, Response-Management, Tracking und Reporting.

Die Geschäftsfelder:

Marketing (Beratung, Entscheidung für Aktionen, versch. Ausprägungen), **Produktion** (Terminal-Hardware, Druck, Gewinnspiele), **Services** (Data Mining, Clearing, Payment, Infotainment), **IT-Infrastruktur** (Auto-Datentransfer, Trust Center, Datensicherheit).