

Garmin: Nächster Schritt zur Digitalisierung des stationären Handels

Auf der IFA kommen die Produktinformationen vom NFC-Chip direkt aufs Smartphone

Die Vivoactive3 ist eine GPS-Smartwatch für 359,99 Euro. Für den Preis gibt es unter anderem eine Herzfrequenzmessung am Handgelenk, Garmin Pay für kontaktloses Bezahlen und vorinstallierte Sportapps. Die nötigen Produktinformationen für diese mitunter erklärungs-pflichtigen Features präsentiert der Hersteller vollumfänglich und multimedial aufbereitet nicht nur im Onlineshop der Marke selbst, sondern auch in den Onlineshops seiner Retailer und in naher Zukunft wohl auch direkt im stationären Handel. Das erklärt Torben Schwack, Marketing Specialist von Garmin, am Rande der IFA.



Torben Schwack

Bisher hatte Garmin seine Retailer online unterstützt, indem sie diese Produktinformationen über die loadbee Plattform direkt in die Onlineshops ihrer Retailer ausgespielt haben. „Aber der nächste Schritt wird mit Sicherheit auch sein, dass wir diese Informationen nutzen, um sie auch am POS zu spielen. Das heißt, wenn der Kunde in den Laden geht, dass er auf genau die gleichen Informationen zurückgreifen kann, die er normalerweise auch online findet, sodass der Verkäufer auch aus der Pflicht genommen wird, jedes Detail über das Produkt zu wissen, oder vielleicht auch selber noch einmal nachgucken kann, ob ein bestimmtes Feature in dem Produkt enthalten ist.“

Die konsistente Bereitstellung von vollumfänglichen Produktinformationen ist ein Dauerthema im Einzelhandel. Mit der loadbee Plattform möchte Garmin den nächsten Schritt hin zur besten Customer Journey machen. Wie der aussieht, zeigt das Unternehmen aus Olathe, USA, am IFA Messe-Stand nun erstmals: „Wie vielseitig willst du sein? Finde es heraus. Handy drauflegen und über NFC verbinden lassen oder den QR-Code scannen“, steht auf der Präsentationsfläche für die Vivoactive3.

Torben Schwack erklärt: „Auf der IFA haben wir an unseren Aufstellern loadbee integriert bei unseren Messe-Highlights, sodass der Kunde, wenn er tiefere Informationen haben möchte, hier mit seinem Smartphone ganz einfach über QR-Codes oder NFC-Chips auf diesen Content zugreifen kann und den vielleicht auch mit nach Hause nehmen kann und dann vielleicht noch bestimmte Details nachgucken kann, die er so auf den 1. Blick nicht sehen kann oder die vielleicht auch nicht in unseren Broschüren enthalten sind.“



QR-/NFC-Scan Garmin Messestand IFA

Wann genau die Technologie am stationären POS ausgerollt werden soll, hat Garmin noch nicht bekannt gegeben. Neben dem Sportuhreninnovator war loadbee auf der diesjährigen IFA auch an den Messeständen von Miele, BSH und Kärcher vertreten.



Pressekontakt:

Marc Mombauer
PR & Marketing Manager
Tel.: +49 711 914 017 51
E-Mail: marc.mombauer@loadbee.com

