



DIGITAL RETAIL SOLUTIONS

# Point-of-Sale goes digital

Whitepaper

*powered by*

**DiCoISO**   
DigitalCommunicationSolutions

Whitepaper

## Point-of-Sales goes digital

*Die Weichen im Handel stehen auf Digitalisierung. Sie verbindet alle Kanäle und macht die Customer Journey transparent.*

Die Grenzen zwischen analog und digital verschwimmen am Point-of-Sale (POS) zusehends.

Kunden erwarten heute Cross-Channel-Services, die sowohl vor als auch während des Kaufprozesses einen Mehrwert bieten. Dabei sind die gekonnte Inszenierung, die intelligente Vernetzung der unterschiedlichen Kanäle und Medien, das gezielte Triggern von Kaufimpulsen der Schlüssel für eine emotionale Kundenbindung mit hoher Konversion.

Der Trend beim digitalen POS geht in Richtung integrierter Gesamtlösungen – inklusive dynamischer Content-Generierung und der nahtlosen Einbettung aller Kanäle in eine individuelle Customer Journey sowie einer damit verbundenen Verknüpfung interaktiver Applikationen.

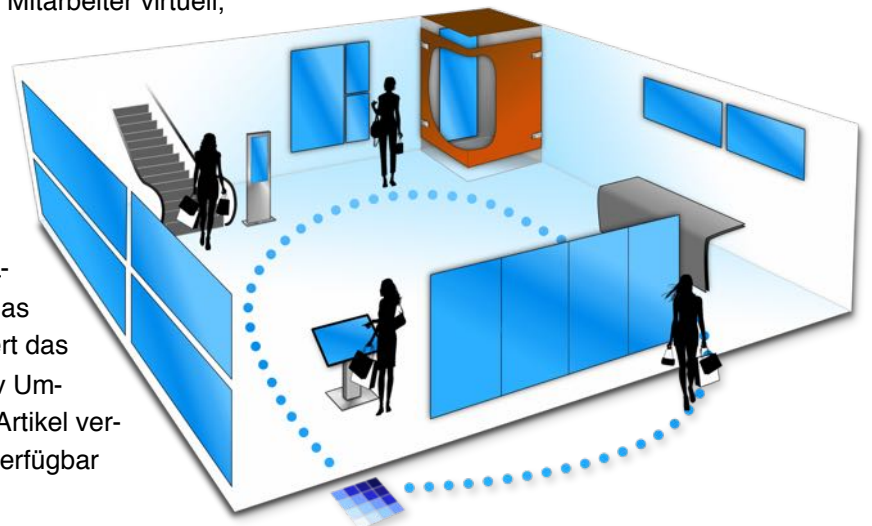
Der moderne, vernetzte Kunde von heute will interaktive Inhalte, die ihm weiterhelfen, ihm Informationen zu Angeboten oder Wegbeschreibungen bieten und ihn dabei unterhalten.

Er erwartet dabei zunehmend nicht nur digitale Inhalte lesen, sondern sie auch personalisieren zu können – abgestimmt auf die eigenen Interessen und Bedürfnisse.

Die Analyse generierter Daten in Echtzeit, spielt dabei für die Händler eine entscheidende Rolle. Sie ermöglicht es, Inhalte dynamisch unter Berücksichtigung unterschiedlicher Parameter zu steuern und die individuelle Kaufentscheidung des Kunden zu beeinflussen.

Mit einer intelligenten Product Information Management (PIM) Application in Verbindung mit interaktiven Touchscreens können Kunden und Mitarbeiter virtuell, direkt am POS im unternehmensweiten Inventar, standortübergreifend nach Artikeln suchen, sich informieren, Produkte interaktiv erleben und Kaufprozesse initiieren.

Die digitale Bereitstellung von Informationen und der interaktive Zugriff auf das gesamte Inventar des Händlers steigert das Kundenerlebnis und vermeidet effektiv Umsatzverluste wenn beispielsweise ein Artikel vergriffen oder vor Ort nicht unmittelbar verfügbar sein sollte.



Die digitale Transformation im Handel ist in vollem Gange.

Viele Händler fühlen sich durch diese Entwicklung und die damit einhergehende zunehmende Komplexität überfordert, doch sie sind damit nicht auf sich alleine gestellt.

Die Digital Communication Solutions GmbH bietet dazu zahlreiche Ansätze und integrative Lösungen für Händler, die Chancen und Potentiale, die der digitale POS ihnen bietet, effektiv zu nutzen.

Wir bieten u.a. digitale Shop-in-Shop Lösungen und verschaffen Marken auf kleinstem Raum größtmögliche Präsenz und Aufmerksamkeit, bieten ein erweitertes (digitales) Sortiment – inklusive Cross- und Upselling – und flexible Promotion-Steuerung.

Die Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung des digitalen POS liegt in der Flexibilität und Skalierbarkeit der Basisapplikation Digital Sales Assistant 2.0. Die Anwendung ist so konzipiert, dass sie unterschiedliche Datenquellen einbinden und damit die ganze Bandbreite digitaler Kanäle bespielen kann.

Der DSA 2.0 dient dabei als zentrale Product Information Management (PIM) Plattform, die als dynamische Datenschnitt- und Steuerungsstelle zwischen den Kernsystemen wie Warenwirtschaft und CRM und den einzelnen POS-Kanälen wie virtuelle Verkaufsregale/-flächen und digitalen Preisschildern fungiert.

Der digitale POS des DSA 2.0 stellt dabei stets den Kunden und seine Customer Journey mit dem Ziel einer Best Customer Experience in den Mittelpunkt und erlaubt es überall und zu jederzeit mit dem Händler zu kommunizieren.

Weitere Informationen zu unseren Digital Retail Solutions erhalten Sie unter:

Digital Communication Solutions GmbH  
Sigmaringer Straße 18  
10713 Berlin, DE

Telefon +49 (0)30 863 963 59 0  
Telefax +49 (0)30 863 963 59 11

<http://www.dicoso.de>  
[info@dicoso.de](mailto:info@dicoso.de)

