

Location-based Services

Moderne Kundendienste, neue Geschäftspotenziale für den Handel

Die multimedial ausgestattete Kundschaft bietet dem Handel neue Möglichkeiten für individuelles, digitales Marketing direkt am PoS. Mit ortsbasierten Diensten – genannt „Location-based Services“ – werden die mobilen Endgeräte der Kunden in das kabellose Netzwerk von Handelsfilialen eingebunden. Somit eröffnen sich neue Anwendungen für ein modernes Einkaufserlebnis, Geschäftsprozesse werden optimiert und generieren erhöhte Umsätze.



ANWENDUNGSBEISPIELE

Business Intelligence – Dank Besucherstromanalysen zu stark oder weniger stark frequentierten Filialbereichen können Verkaufsflächen optimiert werden.

Ortsabhängiges Push-Marketing – Kunden werden bei Betreten eines bestimmten Filialbereichs auf ihrem Smartphone über aktuelle Angebote informiert.

Indoor-Navigation – Über eine funkgesteuerte Ortsbestimmung und einen App- oder Web-basierten Gebäudeplan werden Kunden komfortabel zu gewünschten Angeboten geleitet.

Im Indoor-Bereich fällt GPS als Ortungsmethode aus. Alternativ bietet sich hier die WLAN-Technologie an, insbesondere durch die immer weiter verbessernde Abdeckung durch WLAN-Hotspots.

Mit WLAN-basierten Ortungsverfahren lassen sich in stark verändernden Umgebungen in der Praxis Genauigkeitsradien von 3 bis 6 m erreichen. Die WLAN Access Points der LANCOM E-Serie sind für moderne Retail-Netzwerke prädestiniert: Er ist ausgestattet mit zwei WLAN- und zwei weiteren Funkmodulen für LANCOM Wireless ePaper Displays (ESL – Electronic Shelf Label) und Bluetooth iBeacon-Unterstützung. In Zusammenarbeit mit WLAN-Controllern und dem LANCOM Total Solution Management Konzept bieten LANCOM WLAN-Lösungen die perfekte Grundlage für Location-based Services. Ergänzend zu dieser Infrastruktur entsteht ein umfangreiches Ecosystem aus Partnerlösungen, Anwendungen, Smartphone Apps und Dienstleistungen für innovative Location-based Services.

GEMEINSAM STARK – MIT SEINEN PARTNERN ENTWICKELT LANCOM LÖSUNGEN FÜR LOCATION-BASED SERVICES



„Retail Analytics – Erfolgreich messen, wie sich ein Standort entwickelt und wo zusätzliches Marketing nötig ist. Steuern Sie Ihr Filialnetz und Ihr Marketingbudget effizient durch WLAN-Analytics. Mit 42reports Retail Analytics geben wir Ihnen das zentrale Planungstool zur Steuerung Ihres Filialnetzes.“ **Christian Wallin, www.42reports.com**



„Auf Basis unserer dynamischen 3D Indoor-Karten geben wir Menschen Orientierung in größeren Gebäudekomplexen. Damit erleichtern wir den Alltag und optimieren gleichzeitig Geschäftsprozesse.“ **Dr. Matthias Jöst, Heidelberg mobil International GmbH**



„Motionlogic beschäftigt sich mit der Entwicklung von Modellen zur Datenanalyse.“
Robert Mirbaha, Motionlogic, www.laboratories.telekom.com/motionlogic



„Standortbezogenes Targeted Marketing und Kunden-Analytics von Bitplaces ermöglichen es dem modernen Handel, eine intelligente Multi-Channel-Strategie umzusetzen!“ **Dr. Behrend Freese, Bitplaces, www.bitplaces.com**



„Location-based Services fördern eine interaktive Kundenbindung – direkt am Point of Sale! WLAN bietet hierfür die Basis und ermöglicht Bewegungsanalysen, Indoor Navigation und Multi-Channel-Lösungen.“ **Manuel Urbanek, loop21, www.loop21.net**