



MIGROS WAAGEN INTEGRIERTE UND KUNDENAFFINE PRODUKTWERBUNG AUF FOOD-WAAGEN

Der führende Schweizer Detailhändler MIGROS bietet ihren Kunden eine attraktive Bewerbung der Frische-Produkte auf seinen Waagensystemen und verbessert somit die Kommunikation dort wo die Kaufentscheidung gefällt wird.

Mit der integrierten Produktwerbung auf den Bildschirmen der Food-Waagen sollen die MIGROS Kunden auf aktuelle Aktionen aufmerksam gemacht werden. Auf den Bildschirmen der Selbstbedienungswaagen in der Gemüse und Früchte Abteilungen, sowie bei den bedienten Frische-Theken für Fleisch, Fisch, Käse und Charcuterie werden aktuelle Produkte am Standort gezielt beworben und damit das Einkaufserlebnis gesteigert.

Das Projekt wurde gemeinsam mit IBM, den MIGROS Abteilungen sowie screenFOODnet Digital Signage Retail Services AG umgesetzt. Migros hat IBM den Auftrag erteilt dieses Projekt mit screenFOOD® Software zu realisieren. Die technische Umsetzung auf den Waagen wurde so vereinfacht und zentralisiert, dass die Waagen mit aktuellen Animationen standortspezifisch bespielt werden können. Zudem wurde sichergestellt, dass diese Lösung im bestehenden technischen Betrieb der Waagen integriert wurde. Die screenFOODnet operierte als Berater, erstellte gemeinsam mit der MIGROS ein

Content Konzept, übernahm den Integrationservice in der Serverumgebung und den Produkt Support.

Anfangs 2009 erfolgte die Auftragserteilung an die screenFOODnet. Mit dem Pilotstart im 2010 bei der Genossenschaft MIGROS Luzern wurden die ersten Waagen mit den bewegten Bildern bespielt. Nach der Einführung einer Hochverfügbarkeitsinstallation in der Serverumgebung, einem sogenannten Cluster-System, startete das Projekt im August 2011 in den Roll-out. Ende 2011 waren bereits über 1'000 Waagen in ca. 200 Filialen der Genossenschaft Migros Zürich, Luzern und Genf mit der dynamischen Produktwerbung ausgestattet. Die bereits vorgängig genutzten Bizerba-Waagen wurden mit der screenFOOD® CS Software ergänzt, welche von der screenFOODnet für das spezifische Linux-System angepasst wurde um die optimalste Leistung auf dem Zielsystem zu erbringen. Mit dem screenFOOD® Zusatzmodul PROFILING werden die Inhaltsprofile standortbezogen anhand von Media-Attributen und Parameter-Datenbanken generiert. So wird gewährleistet, dass die richtigen Inhalte in der richtigen Filiale präsentiert werden. Zusätzlich ist auf jeder Waage eine lokale Applikation integriert, welche ermöglicht, dass die MIGROS-Mitarbeitenden ad hoc die gewünschte Produktwerbung zur Präsentation lokal verwalten können. Damit wird den Mitarbeitenden an der Theke der Verkaufsdiallog mit Kunden erleichtert und gewährleistet, dass vergriffene Pro-

dukte auf den Waagen nicht beworben werden. Was früher die Kreidetafel an der Frischetheke war, lösen wir heute über die Bildschirme auf den Waagen.

Mit dieser dynamischen und integrierten Lösung bietet die Genossenschaft MIGROS ihren Kunden attraktive, aktuelle Bilder ihrer Produkte und kann somit den Abverkauf dieser und weiterer Produkte über Cross-Selling erhöhen. Die MIGROS kann durch die Umsetzung des Projektes eine weitere Fläche direkt beim Kunden sinnvoll für die Bewerbung ihrer Produkte nutzen. Dank screenFOOD® Schulungen mit den MIGROS Genossenschaften kann das Content Management durch die Genossenschaften selbständig durchgeführt und eigene interne Mitarbeiter-Schulungen realisiert werden. Zusätzlich ermöglicht die Integration von screenFOOD® CS eine zentrale und vollautomatische Anbindung neuer Waagen, welche mit einem screenFOOD® Player ausgestattet sind. Die Gewährleistung, dass der Content auf dem Server vorhanden ist, wird durch die MIGROS selber sichergestellt.

Das Agieren auf dem Netzwerk des Waagen-Betriebs gilt als spezielle Herausforderung, da es sich hierbei um einen hochverfügbaren Bereich handelt der besondere Aufmerksamkeit fordert. screenFOODnet konnte gemeinsam mit der Abteilung M-POS und IBM auch diese Hürde erfolgreich meistern. Damit wird einen sicheren und stabilen Betrieb gewährleistet.