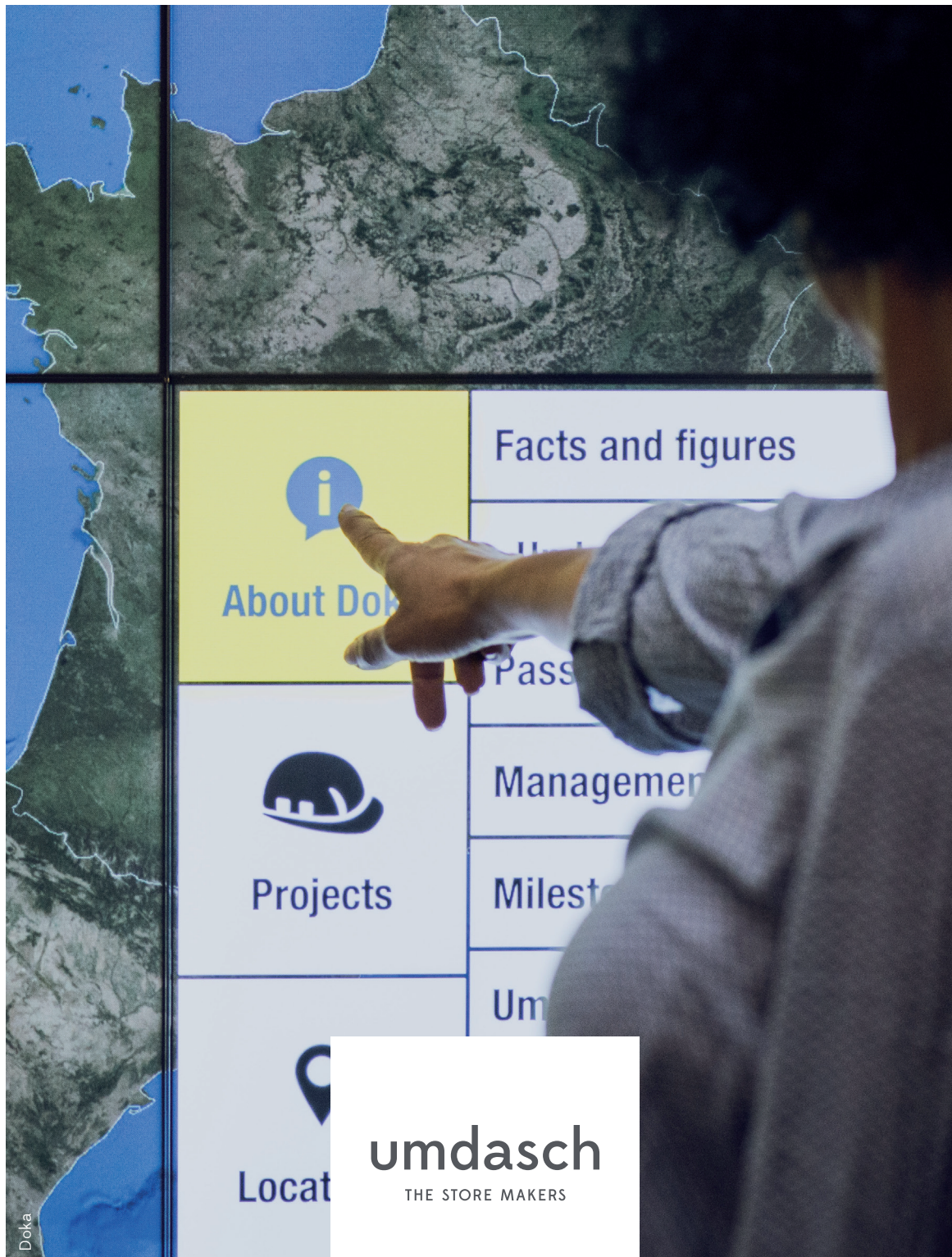


viPOS

virtual Point of Sale



umdasch
THE STORE MAKERS



viPOS

VIRTUELLER POINT OF SALE / VIRTUAL POINT OF SALE

D Get in touch

Heute besteht für den Handel die Herausforderung mehr denn je darin, in der Lage zu sein den Kunden an den unterschiedlichsten Orten und in den unterschiedlichsten Situationen anzusprechen und für sich zu gewinnen. Konsumenten sind bereits rund um die Uhr online: zu Hause am PC und Notebook, unterwegs mittels Tablet und Smartphone und im Geschäft nutzen sie ebenso ihre mobilen Devices oder die Ordering-Screens des Stores.

Im Store 4.0 gilt es die Vorzüge der digitalen Welt zu integrieren und gleichzeitig auf den Faktor Erlebnis zu setzen. Der Konsument braucht klare Mehrwerte, um dem Point of Sale seinen Vorzug zu geben. Viele dieser Mehrwerte kann viPOS bieten – der virtuelle Point of Sale – egal ob im Store, in Hochfrequenzlagen oder bei Großereignissen.

Integrierte Prozesse holen den Kunden auf seinem Weg der Customer Journey ab und lassen ihn Teil des Ganzen werden. So ermöglicht das digitale Ladenformat viPOS die Vorzüge der Online-Shopping-Welt mit jenen im stationären Handel optimal zu kombinieren. Haptisches Produkterlebnis, gepaart mit digitaler Produktinformation und Online-Funktionalitäten findet sich bei dieser innovativen Lösung wieder. Der Kunde bedient diese Multiscreen Wall, die in verschiedenen Größen verfügbar ist, kinderleicht mit Touch-Funktion. Er bekommt dann zum Beispiel Einblicke in das komplette Produktsortiment eines Herstellers, weiterführende Informationen zur Ware, Videos, Angaben zu den Kaufmöglichkeiten oder zum Versand.

E Get in touch

Now more than ever, the challenge for the retail sector lies in being in a position to address customers in the most varied places and in the most diverse situations and to win them over. Consumers are already online around the clock: at home via PC and notebook, on the road via tablet and smartphone and in-store they also use their mobile devices or the store's ordering screens.

Accordingly, in the shop 4.0 it is a question of integrating the advantages of the digital world and at the same time making use of the experience factor. The customer needs clear added value in order to give preference to the Point of Sale. viPOS – the virtual Point of Sale – can supply many of these added values – whether it is in a store, in high-frequency locations, or at large-scale events.

Integrated processes meet customers on their customer journey and enable them to become part of the whole. For example, the new digital shop format viPOS provides an ideal way of linking the advantages of the online shopping world with those of the bricks-and-mortar shop. Using this multiscreen touchwall, which is available in different sizes, it is child's play for customers thanks to the touch function. For example, the customer can have an overview of the entire range of products, additional product information, videos, information about where the product can be purchased or delivery options.

RAG

DIE FUNKTIONEN VON viPOS AM BEISPIEL DES MODELABELS RAG / THE FUNCTIONS OF viPOS SEEN IN THE EXAMPLE OF THE FASHION LABEL RAG

D viPOS bietet eine Vielzahl an Einsatzmöglichkeiten, von der Dauerplatzierung in einem Modehaus über die Nutzung während der Geschäftszeiten in einer Bankfiliale und am Abend in einem Schaufenster bis hin zum völlig flexiblen Einsatz als Pop-up-Store oder bei einem stark frequentierten Event.

E viPOS offers a wide range of applications, from a permanent place in a fashion store to use in a bank branch, from the evening in a shop window to fully flexible use as a pop-up store or at a bustling event.



INTERESSE WECKEN /
AROUSE INTEREST



Ein 4 x 2 Meter großes
Interface, bestehend aus
14 Full-HD Displays,
verzahnt PoS mit Web-Shop.

An interface measuring
4 x 2 metres, consisting of
14 Full-HD displays, interlinks
the PoS and the web shop.

VERKAUF FÖRDERN /
PROMOTE SALES



Warenkorb befüllen und via
QR-Code als Wunschliste
aufs Smartphone holen.

Fill your shopping basket and
transfer to your smartphone as
a wish list via the QR code.

PINBOARD



SAO LOURENÇO



COMMUNITY STÄRKEN / STRENGTHEN THE COMMUNITY

Die passive Ebene ist immer aktiv.
Hier werden Werbeteaser gezeigt
oder die Top Ten der beliebtesten
Produkte.

The passive level is always active.
It is used to show advertising teasers
or the Top Ten most popular
products.

PINBOARD



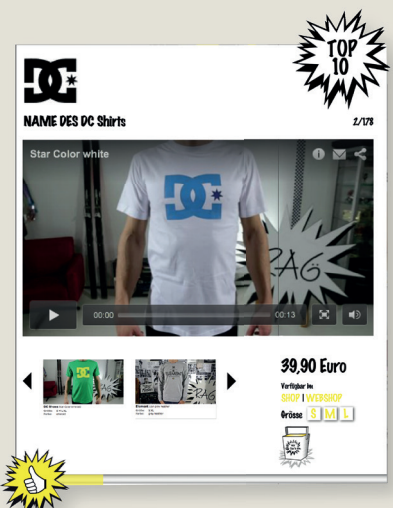
Photo source: Umdasch Shopping / Ars Electronica; Graphics: Blocher Blocher View

VIPOS - VIRTUAL POINT OF SALE — 4 / 5

ON- UND OFFLINE VERBINDEN / LINK ONLINE AND OFFLINE WORLDS

Haptisches Produkterlebnis
verschmilzt mit den Möglichkeiten
der digitalen Produktinformation und
den Online-Funktionalitäten.

The physical product experience
is combined with the possibilities
of digital product information and
online functions.



ÜBERBLICK VERSCHAFFEN / GAIN AN OVERVIEW



Mittels Touch-Oberfläche
das Portfolio durchstöbern und
virtuell Ware sehen,
die der begrenzte PoS nicht
bieten kann.

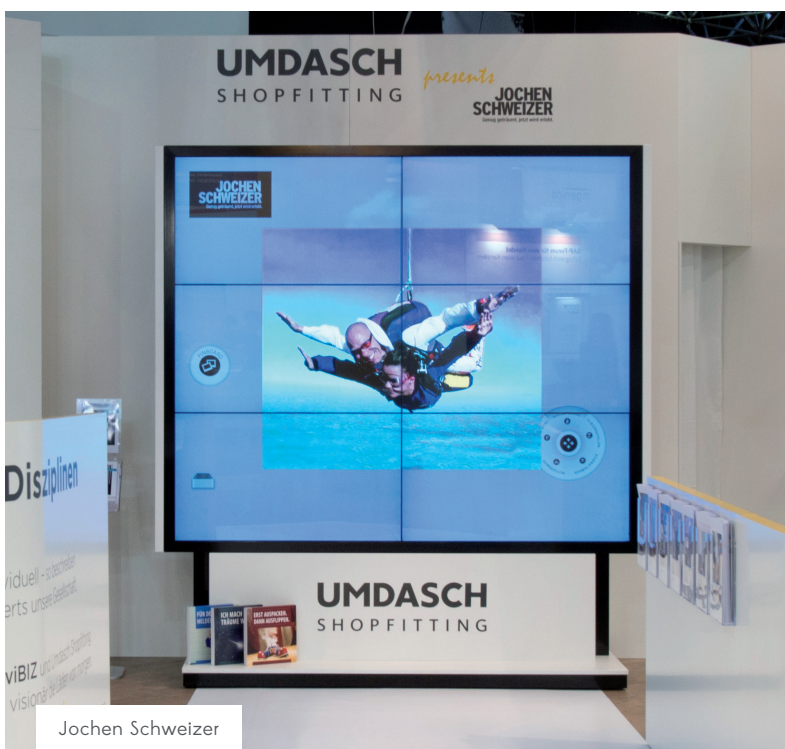
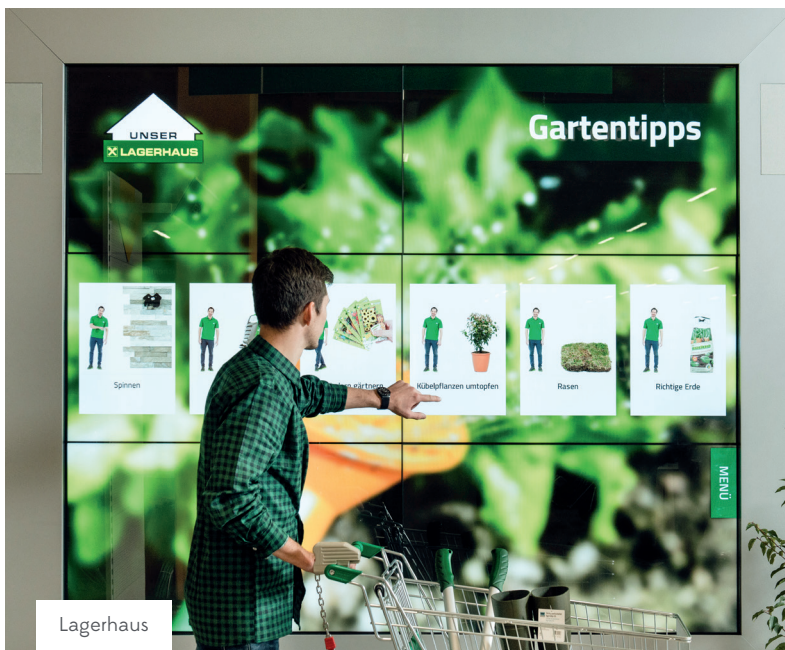
Browse through the portfolio
via the touch surface for a
virtual overview of products
which the PoS with its size
restrictions cannot offer.

FLEXIBEL IN
SEINER FUNKTION –
FLEXIBEL IN
SEINER GRÖSSE

FLEXIBLE IN
ITS FUNCTION –
FLEXIBLE IN
ITS SIZE

Ⓓ Nicht nur die technische Ausführung von viPOS ist flexibel, auch seine Größe. Der virtuelle Point of Sale kann mit beliebig vielen Screens fix im Store oder als portables Element gelöst werden. So kommt die Multitouch-Wall zum Beispiel mit sechs Screens bei Lagerhaus zum Einsatz, vier Screens umfasst sie bei PSA (Payment Service Austria), mobil und fahrbar wurde sie mit sechs Screens für Jochen Schweizer konstruiert.

Ⓔ It is not only the technical presentation of the viPOS which is flexible – so, too, is its size. The virtual Point of Sale can quickly be installed in the store with any number of screens, and it can also be produced as a mobile solution on wheels. Here, for example, the Multi-touch Wall is being used at Lagerhaus with six screens; with four screens at PSA (Payment Service Austria); and it was constructed with six screens in mobile and wheeled form for Jochen Schweizer.



FAQS – FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

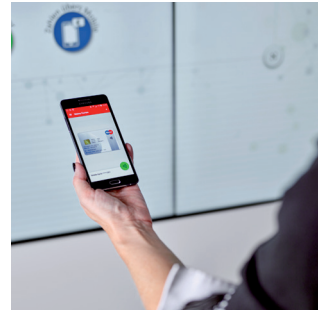
Ⓓ In welche Vertriebskonzepte kann der viPOS integriert werden?

Der viPOS bereichert nahezu jedes Vertriebskonzept im Retail-Bereich und bildet somit eine attraktive und rentable Verkaufsunterstützung mit einem ROI von ca. 0,5 - 2 Jahren, je nach Sortiment und Bauart.

- Für Offline-Pure-Player, um die stationäre Ladenfläche durch eine „virtuelle Ladenfläche“ zu erweitern
- Um ein Multi-Channel-Konzept in ein attraktives Cross-Channel-Konzept zu verwandeln und daraus echten Mehrwert für Kunden und Retailer zu generieren
- Um Produkte am PoS entsprechend in Szene zu setzen
- Für futuristische Pop-up-Stores
- Für Touring-Shops mit Eventcharakter
- Und vieles mehr

Welche Features können zum Einsatz kommen?

- Social Media Integration
- Werbung
- Touch-Sensorik oder Gesten-Steuerung
- Online-Shop-Integration
- Product Locator im Geschäft
- Tools zur Steigerung der Customer-Loyalty (von der Kundenkarte zur personalisierten Customer-App)
- Spiele an der Wand – Steuerung mittels Smartphone
- RFID-Integration zur Produktidentifikation
- Bezahlungsfunktion
- Reporting-Tool
- 3D-Brille
- Und vieles mehr



Für PSA wurde auch die Bezahlungsfunktion beim virtuellen Point of Sale integriert.



For PSA the payment function was also integrated into the virtual Point of Sale.

Wo liegen die Vorteile eines Cross-Channel-Konzepts mit viPOS?

- Produktinszenierung und Steigerung des Kundenerlebnisses am PoS
- 360°-Blick auf Kunden
- Agieren über mehrere Kanäle hinweg
- Unbegrenzte Sortimentsauswahl trotz Begrenzung auf der jeweiligen PoS-Fläche
- Information und Verkauf mit nur einem einzigen Tool
- 24h Einkauf am Schaufenster oder im Foyer möglich
- Erweiterung des Kundenkreises

Wie erfolgt der Projektablauf?

In einem Workshop werden Größe des viPOS, Content und Funktionalitäten definiert. Außerdem werden die Schnittstellen zwischen allen Projektbeteiligten abgestimmt. Auf dieser Basis legt umdasch Digital Retail ein Angebot. Nach Beauftragung erfolgt das Customizing dieses Produktes, die Testinstallation und nach etwaigen Anpassungen der Go Live. Das Paket wird auf Wunsch von einer Wartungs- und Gewährleistungsvereinbarung abgerundet.

Welche Inputs soll der Einzelhändler liefern?

- Das Corporate Design für Grafik, Videos und Bilder in bester Auflösung und offene Schnittstellen zu seinen internen IT-Systemen
- Innerhalb der Firma sollte ein Projektleiter festgelegt werden
- Bereitstellung mehrsprachiger Informationen (sofern relevant)

Into which sales concept can the viPOS be integrated?

The viPOS enhances virtually every sales concept in the retail sphere and thus provides an attractive and profitable sales support tool with a ROI of approx. six months – two years (depending on product range and design).

- For offline Pure Players, in order to extend the bricks-and-mortar shop space by means of a “virtual shop area”
- In order to transform a multichannel concept into an attractive cross-channel concept, so as to generate a genuine added value for both customers and retailer
- In order to stage products appropriately at the PoS
- For futuristic pop-up stores
- For touring shops with event character
- And much more

Which features can be included?

- Integration of social media
- Advertising
- Touch sensors or gesture control
- Integration of an online shop
- Product locator within the shop
- Tools to increase customer loyalty (from customer card to personalised customer app)
- Games on the Wall – operated by smartphone
- RFID integration for product identification
- Payment function
- Reporting tool
- 3D glasses
- And many other features

What are the advantages of a cross-channel concept with viPOS?

- Product staging and improved customer experience at the PoS
- 360° view of customer
- Operating across several channels
- Unlimited product range despite limitations of PoS space
- Information and sales via a single tool
- 24-hour purchasing in the shop window or foyer becomes possible
- Increased circle of customers

How is the project executed?

The size, content and functions of the viPOS are defined in a workshop. At the same time, the interfaces between all those involved in the project are agreed. umdasch Digital Retail then presents an offer on this basis. Once the order is received the product is customised. After the test installation and any necessary adjustments comes the Go Live. The package is rounded out upon request with a maintenance and guarantee agreement.

What input should retailers supply?

- The corporate design for graphics, videos and pictures in top resolution and open interfaces to their internal IT systems
- A Project Leader should be appointed within the company
- Multi-lingual information should be supplied (if relevant)

We digitalize

your store.

Digital Signage
Electronic Shelf Labeling
Interactive Applications
Smart Tracking
Strategy & Software Development
Content Management
Maintenance & Support

umdasch.com

