

Herzlich willkommen zur Digitalen Lunchbox! Gleich geht's los!

Digitale Medien am POS: Was künstliche Intelligenz von Retail Media hält mit Volker Wissmann, Online Software AG

Hinweise

- Der Referent spricht 20-25 Minuten. Sie haben währenddessen die Möglichkeit, im Chat oder im Anschluss durch Wortmeldung Fragen zu stellen.
- Wir zeichnen den inhaltlichen Beitrag auf, aber nicht den Chat bzw. die offene Fragerunde im Anschluss. Personenangaben werden nicht gespeichert.
- Die Präsentation finden Sie anschließend auf unserer Webseite: www.ladenbauverband.de
- Bitte lassen Sie Ihre Kamera ausgeschaltet, damit können wir eine bessere Videoqualität gewährleisten. Gerne dürfen Sie, wenn gewünscht, zur offenen Fragerunde die Kamera wieder einschalten.

Jetzt schon nächsten Termin vormerken: 06. November 2023, 13:00 bis 13:30 Uhr





Digitale Medien am POS – Was künstliche Intelligenz von Retail Media hält

... wenn Regale sprechen ~~lernen~~ können

Online Software AG – Volker Wissmann

dLv Lunchbox, 16. Oktober 2023



Stop and Think



*Nicht immer sind es
Technologien, die über Erfolg
und Misserfolg im Verkauf
entscheiden. Aber immer
sind es fehlende
Technologien.*

Quelle: Wirtschaftsmagazin brand eins, II/2014

Aktuelle KI Meinungen (10/2023)



Audiospots mit KI erstellt

— Der Lebensmitteldiscounter **Penny** setzt mit Unterstützung der Mediaagentur OMD die erste programmatische und KI-basierte Audiokampagne um. Die auf Filialstandorte automatisch individualisierten Spots werden von einer synthetischen, echt klingenden Stimme gesprochen. Sie werden programmatisch im jeweiligen Einzugsgebiet ausgeliefert.

99

Jeder kann sich Pinsel und Farbe kaufen, aber nicht jeder vermag daraus ein Kunstwerk zu erschaffen.

66

Kristina Büttner,
Marketing Director bei Tchibo, über den Einsatz von KI-Tools

POS-Kommunikation im Wandel der Zeit

Nespresso Pixie Electric DeLonghi

Farbe: Lime
Kompakte Brühtechnologie
mit 19 bar Hochleistungspumpe

108.90 €



149,00
108,90

Nespresso Pixie Electric
DeLonghi

- Farbe: Lime
- Kompakte Brühtechnologie mit 19 bar Hochleistungspumpe

Scannen Sie den QR-Code mit Ihrem Smartphone und erfahren Sie mehr über dieses Produkt.



powered by PRESTICEenterprise

Information

Kommunikation



Einkaufserlebnis
Emotionen & Interaktionen



Storytelling & Omnichannel

Der Begriff Retail Media ist alt – seine Auslegung täglich neu!



erkläre mir retail media in wenigen sätzen



Retail Media bezieht sich auf Werbe- und Marketingstrategien, bei denen Einzelhändler ihre eigenen digitalen Plattformen und Kundendaten nutzen, um Marken und Herstellern Werbemöglichkeiten anzubieten. Diese Werbung kann auf den Websites, Apps und in den Geschäften des Einzelhändlers geschaltet werden, um gezielt Kunden anzusprechen und den Verkauf von Produkten zu fördern. Es ermöglicht Marken, ihre Zielgruppen effektiv innerhalb des Einzelhandelsökosystems anzusprechen und die Konversionen zu steigern.



„Digital“ Retail Media ist schon ein alter Hut:



Aktuell in aller Munde: Wachstumsraten Retail Media

Out of Home avanciert zum Wachstumsgaranten im Werbemarkt

Bruttowerbeaufwendungen jeweils 01.01. –
30.06.

Medienklasse	Bruttowerbeaufwendungen		Zuwachs	Marktanteil
	2023 (1.000 €)	2022 (1.000 €)	2023/22 (%)	2023 (%)
Gesamtmarkt	14.704.754	15.353.893	-4,2	100,0
Fernsehen	6.900.451	7.589.399	-9,1	46,9
Print	3.793.676	3.781.851	0,3	25,8
Online	1.858.681	1.923.443	-3,4	12,6
Out of Home	1.218.848	1.149.352	6,0	8,3
Radio	886.558	877.899	1,0	6,0
Kino	46.540	31.949	45,7	0,3

© 2023 Nielsen Media Germany GmbH / Fachverband Aussenwerbung, Juli 2023

Werbeaufwendungen nach Gattungen

Januar - Juni 2022/2023 in TEUR

Mediengattungen	Medienuntergattungen	2022	MA %	2023	MA %	+/- TEUR	+/- %
Tageszeitungen	Tageszeitungen	2.431.364	15,6	2.540.939	17,0	109.575	4,5
Publikumszeitschriften	Publikumszeitschriften	1.356.051	8,7	1.257.210	8,4	-98.841	-7,3
Fachzeitschriften	Fachzeitschriften	223.895	1,4	219.802	1,5	-4.093	-1,8
Fernsehen	Fernsehen	7.589.399	48,7	6.900.451	46,2	-688.948	-9,1
Radio	Radio	877.899	5,6	886.558	5,9	8.658	1,0
Out Of Home	Plakat	777.773	5,0	812.264	5,4	34.490	4,4
	Ambient Media	14.353	0,1	20.400	0,1	6.047	42,1
	AT-Retail-Media	111.776	0,7	123.783	0,8	12.006	10,7
	Transport Media	245.450	1,6	262.402	1,8	16.952	6,9
Kino	Kino	31.949	0,2	46.540	0,3	14.591	45,7
Online	Desktop	1.171.300	7,5	1.132.162	7,6	-39.138	-3,3
	Mobile	752.142	4,8	727.733	4,9	-24.409	-3,2
Gesamt		15.583.353	100,0	14.930.244	100,0	-653.109	-4,2

DAS WACHSTUM VON RETAIL MEDIA WIRD VON MEHREREN FAKTOREN ANGETRIEBEN

Verschiebungen von Werbetrends und wie Retail Media Netzwerke davon profitieren



Verlagerung auf digitale Kanäle



Erwartung attribuierbarer Werbung



Wunsch nach hochwertigem Inventar und Zielgruppen



Abwärtstrend von linearem TV



Datenschutz und Third Party Cookie Sterben

RETAIL MEDIA ...

... kann Marken nun noch **größere und hochwertigere** Audiences bieten

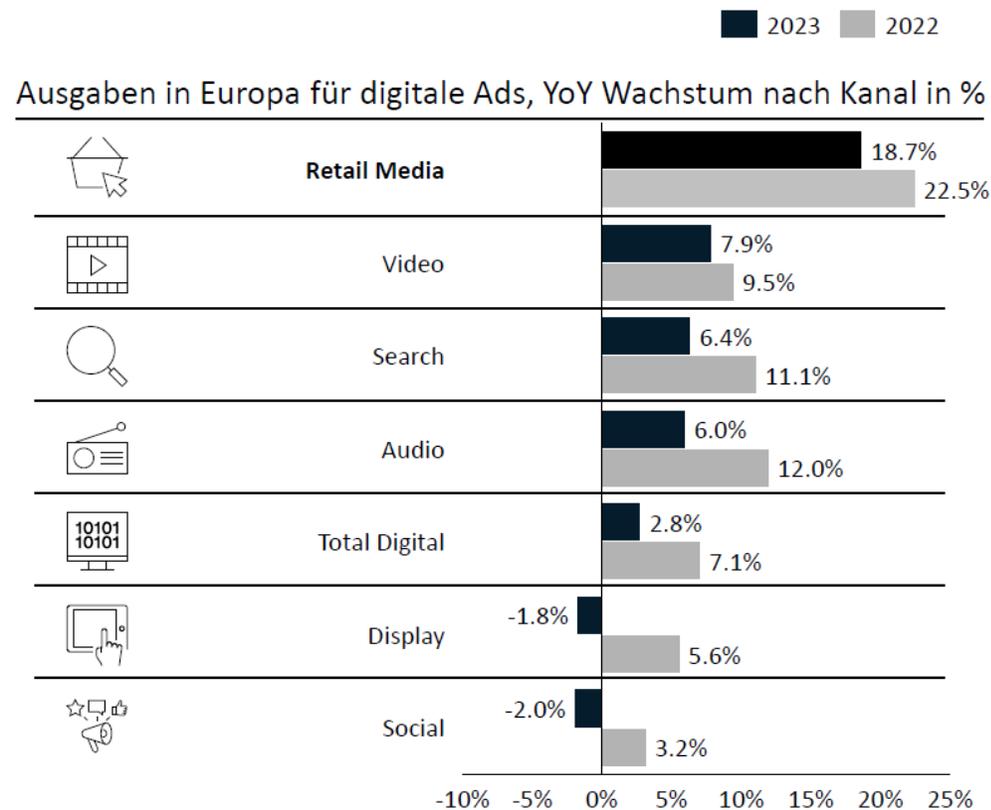
... ermöglicht als **Closed-Loop Plattform** den direkten Zusammenhang zwischen Anzeigen und Käufen

... bietet **personalisierte Segmente** sowie targetierbare Platzierungsmöglichkeiten

... kann von der **Umverteilung der Ausgaben** profitieren

... verfügt über große Opt-in-Pools von **First Party Data**

IN EUROPA IST RETAIL MEDIA DER AM SCHNELLSTEN WACHSENDE KANAL ...



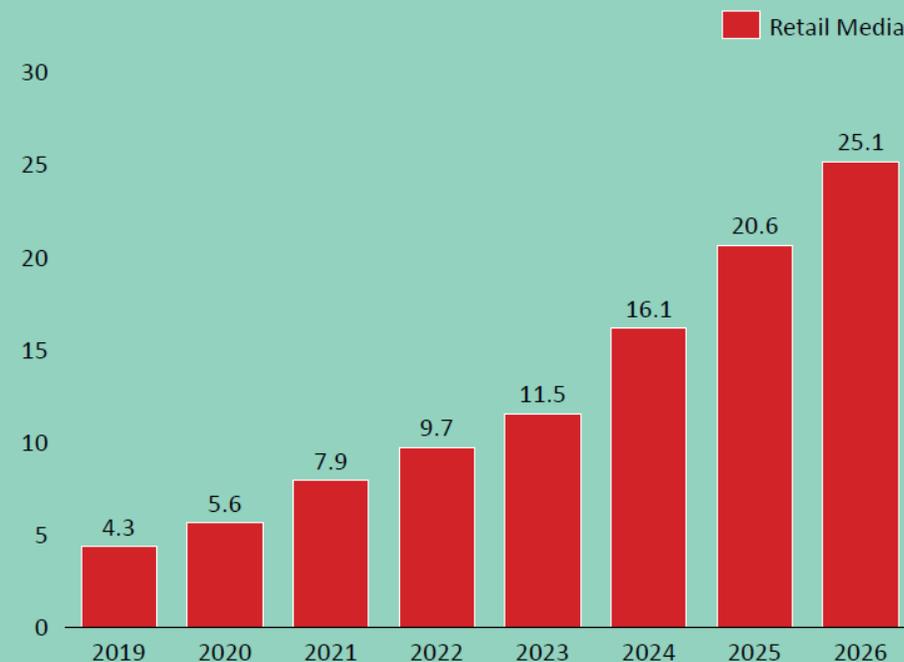
Quelle: «Retail Media in Europe in 2023» by IAB Europe

Quelle: REWE Retail Media Xperience, 2023

... UND WIRD BIS 2026 VORAUSSICHTLICH 25 MRD. € ERREICHEN

RETAIL
MEDIA
XPERIENCE
LET'S CONNECT

Werbeausgaben Retail Media in Europa, € Mrd.



Fragen wir chatGPT, was Künstliche Intelligenz ist:

„Künstliche Intelligenz (KI) ist ein Bereich der Informatik, der sich mit der Entwicklung von Computersystemen und -programmen befasst, die menschenähnliche Intelligenz und Denkfähigkeiten nachahmen können. Ziel der KI ist es, Maschinen so zu gestalten, dass sie Aufgaben ausführen können, die normalerweise menschliche Intelligenz erfordern. Dazu gehören Aufgaben wie maschinelles Lernen, Spracherkennung, Bilderkennung, Entscheidungsfindung, Problemlösung und mehr.

KI-Systeme verwenden Algorithmen und Daten, um Muster und Informationen zu analysieren und daraus Schlüsse zu ziehen. Es gibt verschiedene Ansätze in der KI, darunter maschinelles Lernen, bei dem Computer aus Erfahrung lernen und sich verbessern können, und neuronale Netzwerke, die von der Funktionsweise des menschlichen Gehirns inspiriert sind.

KI wird in vielen Bereichen eingesetzt, darunter Gesundheitswesen, Finanzwesen, Automobilindustrie, Robotik, Sprachassistenten und vieles mehr. Sie bietet die Möglichkeit, komplexe Aufgaben zu automatisieren, Daten schneller zu analysieren und neue Erkenntnisse zu gewinnen, was sie zu einem wichtigen und sich schnell entwickelnden Bereich der Technologie macht. “

Zusammenspiel von Künstlicher Intelligenz und Retail Media

... bei der Auspielung von Werbekampagnen

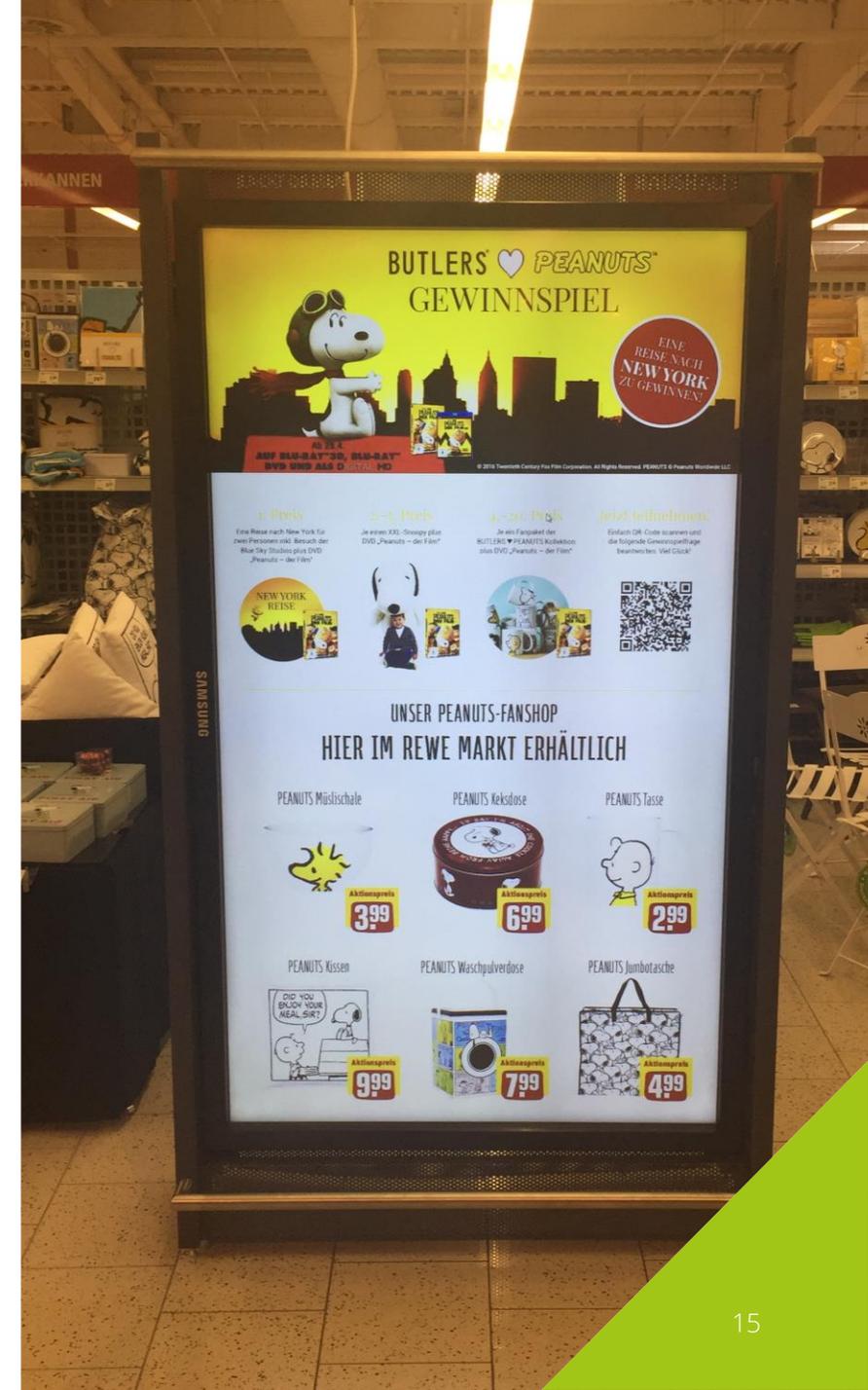
Empfehlungsalgorithmen werden in Retail-Media-Plattformen verwendet, um Kunden Produkte vorzuschlagen, die zu ihren Einkaufsgewohnheiten und Präferenzen passen. Dies steigert die Wahrscheinlichkeit von Cross-Selling und Up-Selling.



Zusammenspiel von Künstlicher Intelligenz und Retail Media

... bei der Erstellung von Werbekampagnen

Personalisierte Werbung: KI kann große Mengen von Kundendaten analysieren, um personalisierte Werbung zu erstellen. Dies ermöglicht es Einzelhändlern, gezielte Werbekampagnen zu erstellen, die auf die individuellen Vorlieben und das Verhalten ihrer Kunden abgestimmt sind.



Zusammenspiel von Künstlicher Intelligenz und Retail Media

... bei der Analyse von Werbekampagnen

Kundenanalyse: KI hilft Einzelhändlern, tiefere Einblicke in das Kundenverhalten zu gewinnen, indem sie Daten analysieren, die über verschiedene Kanäle und Systeme (POS Analyser) gesammelt werden. Dies ermöglicht es, Marketingstrategien zu optimieren und Kunden besser zu verstehen.



Kieken un Köpen

Cross-Merchandising
Verbundwerbung am Bildschirm

Generierung von Spontankäufen durch

- Verkaufsanregung
- Empfehlungen und Angebote
- Ansprechendes Bildmaterial
- Reaktion auf verschiedenste Events
(Tastendruck, Scanner, RFID...)
- Steigerung von Abverkäufen und Umsatz

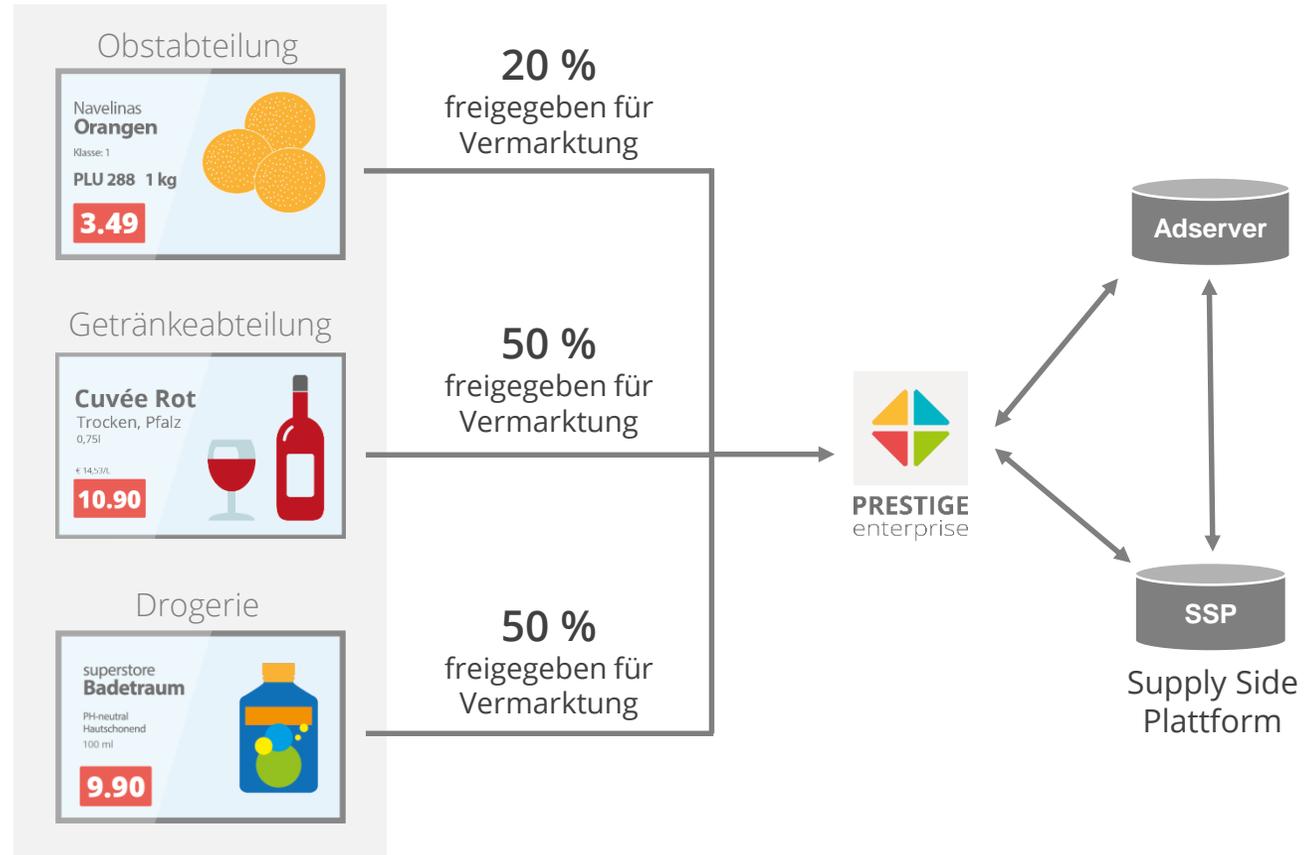


PRESTIGEenterprise

Qualitäts- Vermark- tung

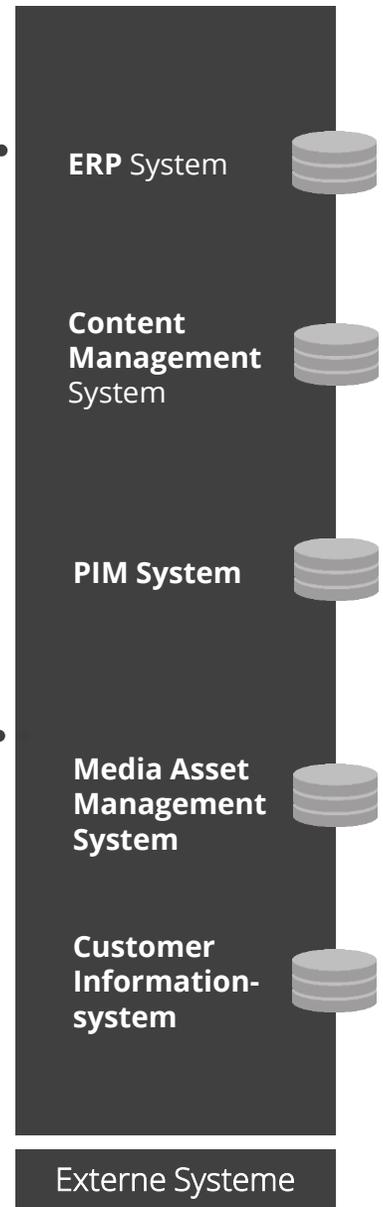
Veröffentlichung des
Werbeinventars

Werbeinventar





Ebenen in PRESTIGEenterprise



Digital Signage und Preisschilder
bei Forum Sport



Kreative Videowall
bei Hagemeyer



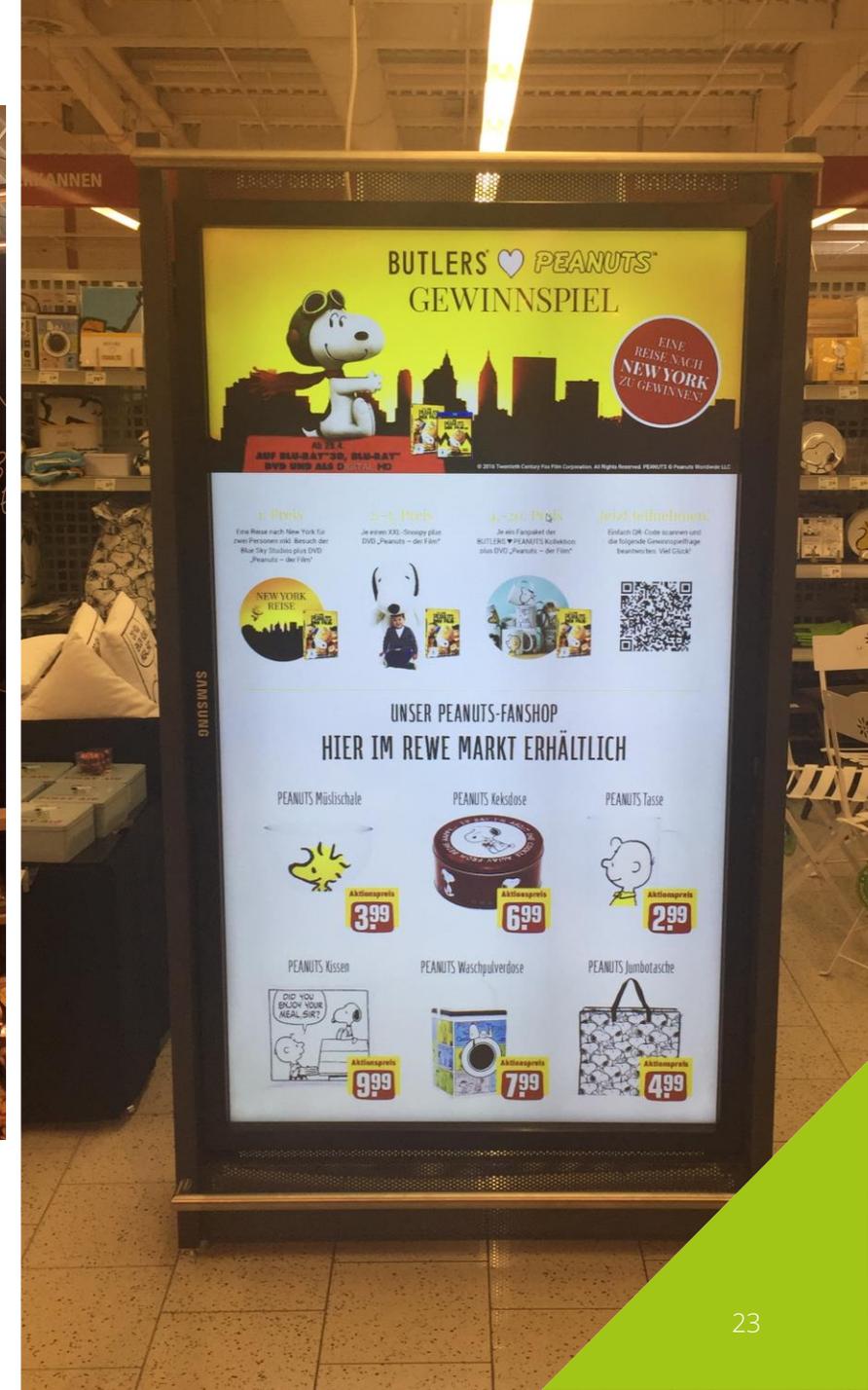
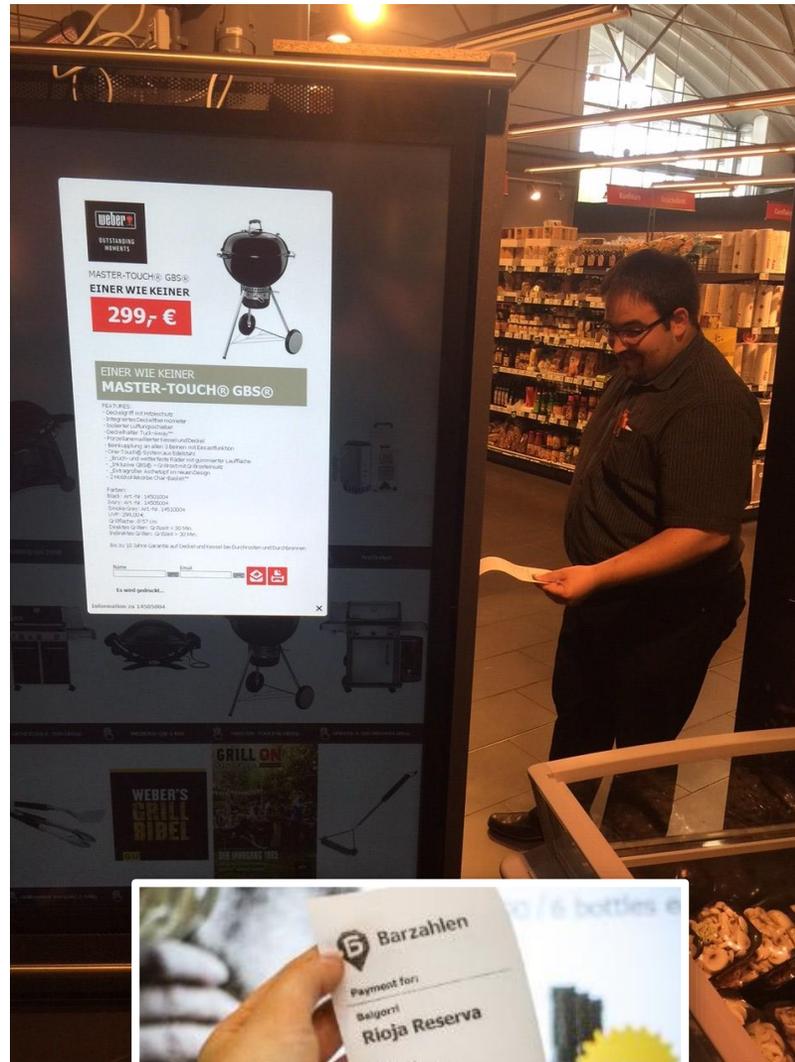
Digital Signage und Wegeleitsystem
bei DEPOT



Innovation

Digitale Regale

Infinity Shopping Shelf



Touristik

 **sonnenklar.tv**



Qualitäts-Vermarktung

Bsp. STELE

Was macht Qualitätsvermarktung aus?

Der **richtige Content** zur **richtigen Zeit**
am **richtigen Ort** zur unmittelbaren
Kommunikation mit dem **richtigen Kunden**.



PLAYLIST ELEMENT 1
Aktuelle News



PLAYLIST ELEMENT 2
Vermarktungserlöse



PLAYLIST ELEMENT 3
Eigenes Händler-Angebot

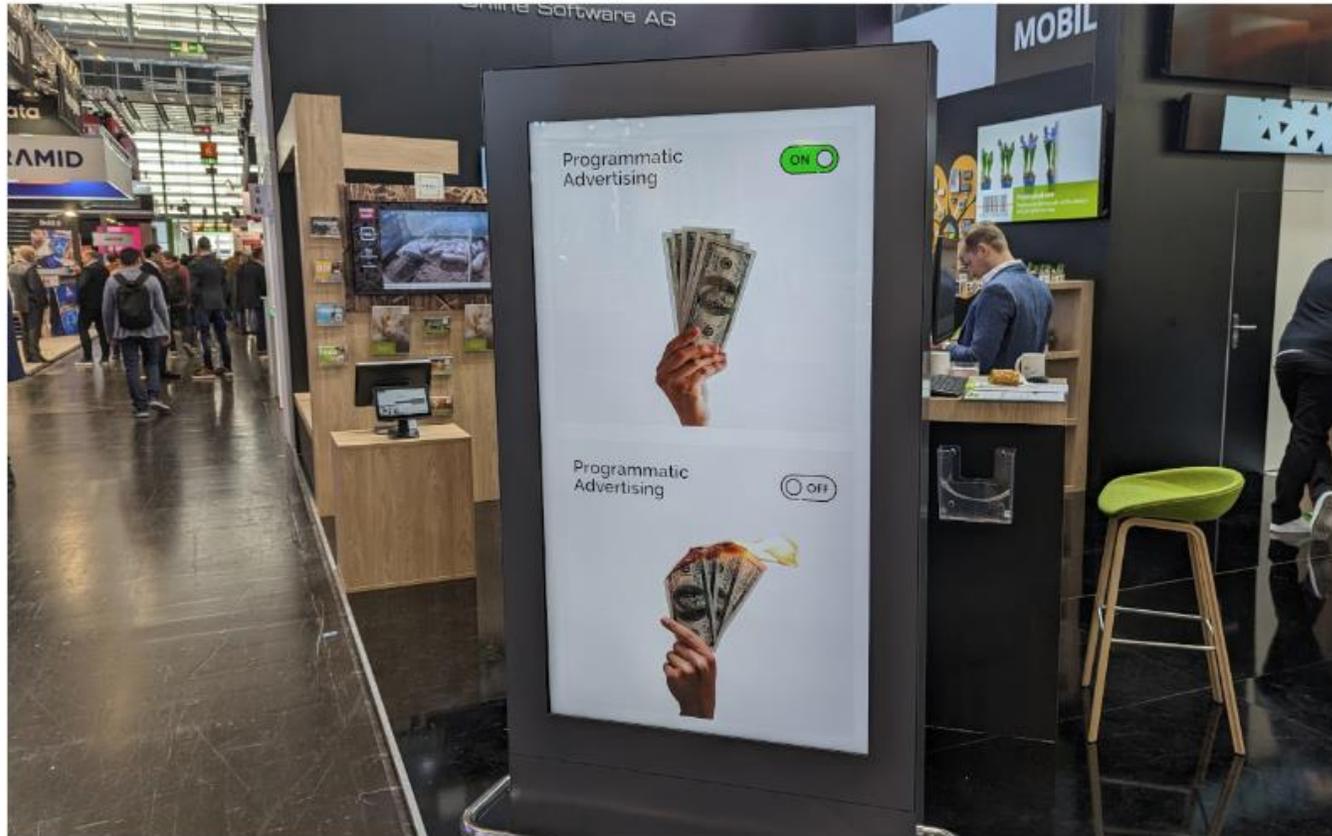


Mit Online Software

Framen steigt in Programmatic Retail Media ein

Düsseldorf | Die Einzelhandel-Screens, die Online Software mit seiner Prestigeenterprise-Lösung betreibt, können nun für die programmatische DooH-Vermarktung durch Framen geöffnet werden.

1. März 2023 von Balthasar Mayer



Den Programmatic-Retail-Media-Nutzen für Einzelhändler stellten Online Software und Framen auf der Euroshop anschaulich dar. (Foto: invidis)

Qualitäts-Vermarktung Beispiele





Roboter Paul

Künstliche Intelligenz am POS

Verkäuferroboter Paul

- **Portier** - Aktive Ansprache von Kunden auf der Ladenfläche
- **Guide** - Beratung und Wegeleitung
- **Service** - Unterstützung des Verkaufspersonals
- Gewaltiges Datenbank-Wissen über jedes Produkt, das im Markt vorhanden ist



Innovation mit PRESTIGEenterprise und Alexa

Clever & Smart: Rewe Unterschleißheim



Innovativ: Husein Dugonjic hat mit Prestige Enterprise und der Online Software AG eine Alexa-Kundenfee entwickelt.

TOP 3 Wissen-To-Go

- *(@POS) Digital Retail Media wird sich als Teil der Marketingstrategie von Werbetreibenden (Demand Side Plattform) weiter etablieren.*
- *(Stationäre) Handelsunternehmen werden verstärkt ihre direkte Kundenansprache am POS nutzen und monetarisieren (Supply Side Plattform).*
- *Systeme mit KI Funktionen (Analyse&React) werden immer besser.*



PRESTIGEenterprise

Einfach. Besser. Werben.

Seien Sie Teil unseres Teams.



Online Software AG

Forum 7
69126 Heidelberg
Germany

T. +49 6221 40508 - 0

F. +49 6221 40508 - 777

info@online-software-ag.de

www.online-software-ag.com

PRESTIGE und das PRESTIGEenterprise Logo sind eingetragene Warenzeichen der Online Software AG. Die Online Software AG ist Marktführer für digitale Preis- und Werbekommunikation am POS und POI.

© 2023. Online Software AG. Alle Rechte vorbehalten.