

Pressemeldung

Digitalisierung des stationären Einzelhandels: Gmünder Einkaufszentrum City Center setzt auf WLAN-Marketing und Tracking

Corona rückt Kundenerlebnis beim Shoppen mehr denn je in den Vordergrund: Kostenfreies WLAN für alle im City Center Gmünd / Einkaufszentrum nutzt Infrastruktur für WLAN-Marketing und wertet Daten aus WLAN-Tracking aus / Mehr Kundeninteraktion durch WLAN-Marketing / Anonyme Daten zu Besucherströmen sollen kundenzentrierte Anpassungen im stationären Einzelhandel ermöglichen

München/Schwäbisch Gmünd, 12. Oktober 2020. Nach einer erfolgreichen Testphase setzt das Einkaufszentrum City Center Gmünd ab sofort auf die digitalen Lösungen des Anbieters Socialwave (<https://social-wave.de/>). Die Digitalisierungsmaßnahmen sollen das Kundenerlebnis verbessern. Besucher des City Centers können von nun an im gesamten Kaufhaus-Areal schnelles und rechtssicheres Kunden-WLAN nutzen. Das Einkaufszentrum nutzt die technische Infrastruktur der Socialwave-Hotspots gleichzeitig, um Marketing auf den Endgeräten der Verbraucher zu betreiben und die Besucherströme innerhalb der Einkaufsmall auf anonymer und datenschutzkonformer Basis zu analysieren.

Analoges Event mit digitalen Bedürfnissen

„Der stationäre Einzelhandel muss sich neu erfinden. Es heißt nicht umsonst, Handel ist Wandel“, erklärt Mira Nowak, Real Estate Asset Managerin des City Centers in Schwäbisch Gmünd. „Es reicht nicht, zusätzlich einen Webshop anzubieten. Der Handel muss sich auf seine Stärken konzentrieren und sich fragen, wie er diese weiter ausbauen kann.“ Das analoge Einkaufserlebnis könne nicht durch einen Onlineshop substituiert werden. „Shopping bleibt zu einem Teil immer ein sinnliches Event. Dazu gehört das Schlendern, Anschauen, Anprobieren, Mitnehmen. Aber natürlich müssen wir mit der Zeit gehen und dieses Vergnügen an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten. Eine schnelle und stabile WLAN-Verbindung sollte ein Kaufhaus bieten können, immerhin ist die Verweildauer überdurchschnittlich hoch“, konstatiert Nowak. Besucher planen häufig den Besuch von mehreren Geschäften, verbunden mit einem Restaurantbesuch oder mobilem Arbeiten am Laptop.

Markenbeziehung: WLAN-Marketing stärkt digitalen Kundendialog

Socialwave bietet dem stationären Handel über die technische Infrastruktur der WLAN-Hotspots zudem die Möglichkeit, ein Bündel an Marketinginstrumenten zu nutzen. Neben Popup-Fenstern zu speziellen Angeboten und Aktionen, E-Mail-Marketing oder Location-CheckIns auf der Facebook-Seite managt das Tool automatisiert die Online-Bewertungen des City Centers bei Google.

Kunden, die sich ins WLAN einloggen und ihr Werbeeinverständnis geben, sind relevante Marketing-Kontakte. Durch die regelmäßige Ansprache per Mail oder über die Social Media Kanäle lässt sich eine effektive Kundenbindung aufbauen. „Der Kundendialog sollte über den Ladenbesuch hinaus bestehen bleiben. Die kontinuierliche Kommunikation mit dem Kunden ist nicht nur eine wichtige Ergänzung zur Offline-Werbung, sondern ist mit Blick auf die wachsende Bedeutung des E-Commerce eine wesentliche Voraussetzung für den stationären Einzelhandel, sich stets in Erinnerung rufen zu können“, erklärt der Marketing-Experte und Socialwave-Geschäftsführer Mario Schilling.

Bewertungsmanagement verbessert das Google-Ranking

Ein wichtiger Baustein von WLAN-Marketing ist das automatisierte Bewertungsmanagement. Während positive Bewertungen direkt bei Google eingespeist werden, leitet das WLAN-System schlechte Bewertungen per Mail an den Mall-Manager weiter, damit sie oder er anhand der Kritik Änderungen und Kundenwünsche umsetzen kann. Weil unzufriedene Kunden mehr und ausführlicher bewerten als zufriedene, unterstützt das aktive Feedback-Management per WLAN-Marketing Händler nicht nur dabei, eine Ausgewogenheit mit Blick auf die tatsächliche Kundenerfahrung abzubilden, sondern den Sternedurchschnitt signifikant anzuheben. Das Ergebnis ist aber nicht etwa nur eine aufgebesserte Reputation, sondern vor allem eine gesteigerte Online-Visibilität bei Google.

Mehr Kundenzentrierung dank WLAN-Tracking

Ein weiterer Vorteil des professionellen Hotspot-Systems, das im gesamten Kaufhaus-Areal verteilt ist, ist das WLAN-Tracking von Socialwave. „Das City Center kann stets Analysen der Besucherströme inklusive Verweildauern oder etwa Kundenloyalität durch Wiederkehrer auswerten“, erklärt Schilling. Der Service von Socialwave biete auf Basis anonymer Nutzerdaten Erkenntnisse über die Frequentierung des Standortes und die Bewegung der Kunden innerhalb des Gebäudes. Dadurch ließen sich etwa Mikro-Lagen und die Relevanz von einzelnen Geschäften bewerten. Schilling: „WLAN-Tracking ist ein wertvoller Nebeneffekt der digitalen Infrastruktur. Dadurch können Einkaufszentren wie das City Center Erkenntnisse über Kundenwünsche gewinnen und anhand dessen Veränderungen vornehmen.“

Außenwerbung online buchen

Auch die Außenwerbung der Händler hat das City Center digitalisiert. Statt klassische Werbeträger wie etwa Kundenstopper sollen Mieter kostenlose Werbeplätze auf neuen, digitalen Wänden nutzen, die auf drei Etagen im Einkaufszentrum verteilt sind. Die Händler können die digitalen Werbeflächen bequem per App oder im Web buchen. Externe, nicht konkurrierende Unternehmen können ebenfalls auf die Videowalls zugreifen, müssen dafür aber zahlen. Die sogenannte Digital Signage-Lösung stammt vom Gmünder Startup OOHLEMON (<https://oohlemon.com/>). „Unsere App beinhaltet die Dienste einer digitalen Werbeplattform, die selbst Marketing-Laien dazu befähigt, ohne Vorkenntnisse hochwertiges Werbematerial zu erstellen und dieses regional in einem Netzwerk von verschiedenen Werbeflächen zu schalten“, sagt Waldemar Friesen, einer von zwei Gründern der OOHLEMON GmbH. Neben den digitalen Werbewänden im City Center verfüge das Unternehmen über ein breites Netzwerk weiterer Werbeflächen. Friesen zufolge rüste sich das City Center mit den digitalen Wänden für die Zukunft der Verkaufsförderung in Einkaufszentren.

Über Socialwave

Mit dem WLAN Marketing Paket von Socialwave werden Inhaber eines stationären Geschäftsmodells – etwa Einzelhändler – in die Lage versetzt, ihren Kunden kostenfreies Internet zur Verfügung zu stellen und über diese WLAN-Infrastruktur gleichzeitig effektives Marketing zu betreiben. Ob Facebook Likes, Location Check-Ins für einen stärkeren Online-Auftritt, mehr Online-Sichtbarkeit durch positive Google-Bewertungen oder mehr Kundeninteraktionen durch Pop-Ups und E-Mail-Marketing: Das WLAN Marketing Paket von Socialwave macht es möglich. Neben der Möglichkeit über ein Kunden-WLAN Marketing zu betreiben, bietet Socialwave umfangreiche Möglichkeiten, um Besucherströme und Verweildauer von Kunden anonym auszuwerten und zu visualisieren.

Weitere Informationen unter <https://social-wave.de/>

Pressekontakt

SCRIVO Public Relations

Ansprechpartner: Tristan Thaller

Elvirastraße 4, Rgb.

D-80636 München

tel: +49 89 45 23 508 15

e-mail: tristan.thaller@scrivo-pr.de

internet: <https://www.scrivo-pr.de>

Unternehmenskontakt

Socialwave GmbH

Ansprechpartner: Moritz Meister

Dachauer Str. 192

D-80992 München

tel: +49 89 21546472

e-mail: moritz.meister@social-wave.com

internet: <https://social-wave.de/>

