



Poco: Matratzenberatung per Digital Signage

Der Möbeldiscounter mit Hauptsitzen in Bergkamen und Hardegsen setzt in derzeit 19 seiner deutschlandweit 125 Einrichtungsmärkte verschiedene Digital-Signage-Screens ein. Am Standort in Bergkamen weist ein 98 Zoll großer Screen im Portraitformat mit Bewegtbildern auf die Küchenabteilung hin. Zusätzlich kommen an einigen Standorten interaktive Produktberater für Matratzen, Teppiche, Großgeräte, Bodenbeläge oder Poster zum Einsatz. Der Matratzenberater fragt die Kundschaft beispielsweise nach persönlichen Merkmalen wie Körpergröße, Gewicht sowie Schlafposition und schlägt basierend auf den Antworten passende Produkte vor. Die Kund:innen können sich ihre Konfigurationen an der Touchstele ausdrucken. Für Konzept und Umsetzung zeichnet der Dimedis Partner P.O.S. Television aus Kiel verantwortlich.



Foto: Dimedis /Konstantin Nguyen



Foto: Simply POS

Bäckermeister Grobe: Effizienzgewinn durch maßgeschneiderte Kassenlösung

Ein funktionierendes Kassensystem ist (nicht nur) für Bäckereien elementar. Intuitiv bedienbar soll die Lösung sein und den Mitarbeitenden mit Produktbildern und -gruppen eine möglichst schnelle Navigation ermöglichen. Außerdem sind die Anbindung an Warenwirtschaftssysteme und EC-Terminals, die Verwaltung des Gastro-Bereichs sowie die Zuordnung von Rabatten und Angeboten in modernen Bäckereien und Backcafés mittlerweile ein Muss. Das Dortmunder Unternehmen Bäckermeister Grobe entschied sich für seine 60 Filialen für eine maßgeschneiderte Kassenlösung von Alvara | Digital Solutions und Simply POS. Effizientere Kassiervorgänge, so heißt es, sind das eine Plus. Durch Schnittstellen zum WWS und zu den Backprogrammen behalte man zudem Verkäufe und Warenbestände stets in Echtzeit im Blick.



S.Oliver: Kollektionsplanung mit künstlicher Intelligenz

Die S.Oliver Group hat eine umfassende Digitalisierungs-Roadmap auf den Weg gebracht, zu deren zentralen Zielen u.a. die Verkürzung von Entwicklungszyklen der Kollektionen durch beschleunigte Entscheidungsprozesse gehört. Ein zentrales Element der Roadmap des international agierenden Mode- und Lifestyle-Unternehmens ist das Zusammenwirken von menschlicher und künstlicher Intelligenz (KI), wobei die KI zur Automatisierung der Prozesse und zur Entscheidungshilfe dient. Analytische Produktentwicklung und Warensteuerung stehen dabei im Fokus. In mehreren geplanten Ausbaustufen soll die KI-basierte Plattform des Anbieters Board in allen Unternehmensbereichen eingesetzt werden. Hinzukommt eine Machine-Learning-getriebene Lösung des Start-ups Aifora für Preis- und Bestandsoptimierung.

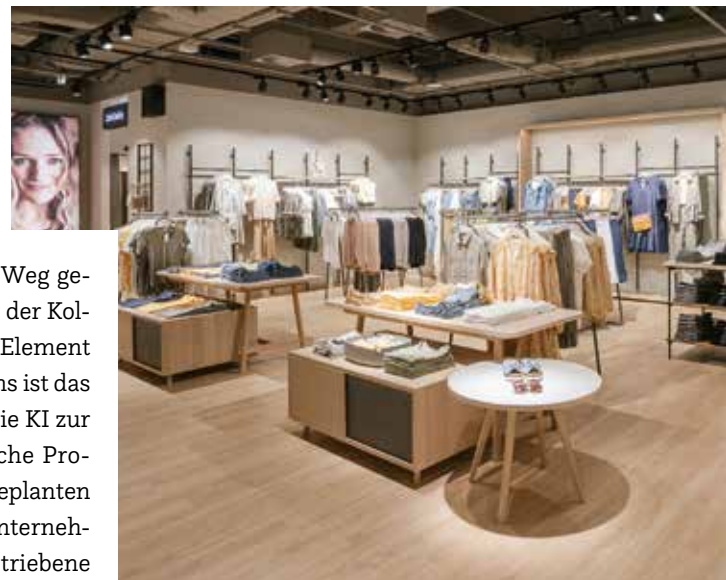


Foto: S.Oliver/Robert Larsen