

Mehr als nur Werbung – Digital Signage als strategisches Instrument

Mit Digital Signage die Digitale Transformation vorantreiben – ein gemeinsames Research Projekt



Arden
Finley



flm
media

Yannick Krug

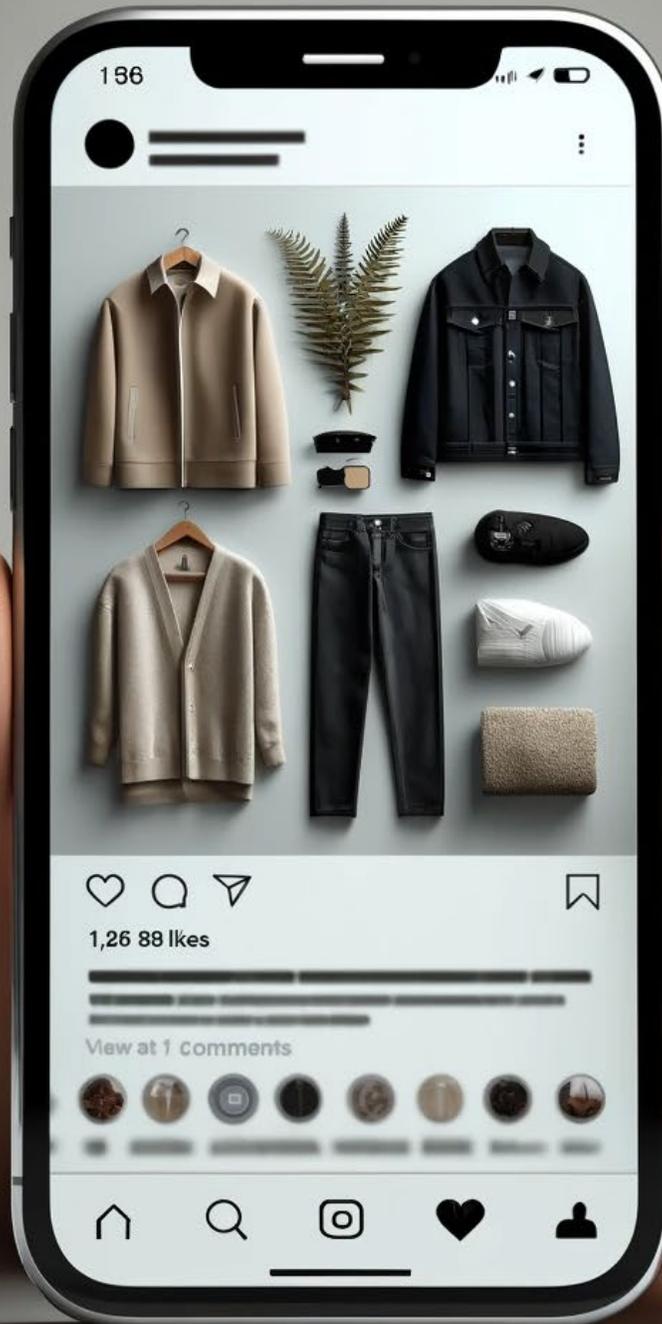
Digital Transformation @ FLM Media
Co-Founder Arden Finley



Lassen Sie mich eine
Geschichte mit Ihnen
teilen...









Home Setting Input Output Help

Product search

Back Next

Gift Cards



Size:
S M L XL

Colour Choice:
● ● ●

Price : 89.99

BUY



Materials Care instructions News Alert

Reviews Closest Shop

Help Customer Service

Return Favorite Matched with Free Shipping







WAREHOUSE TRACKING SYSTEM

SUKC ARVAS

Warehoure Spolort

098.8-10-188

BEHEEREN/STUUREN SCHEMATA

Wiuulsoare Ode olta - 51k - TO stfclon

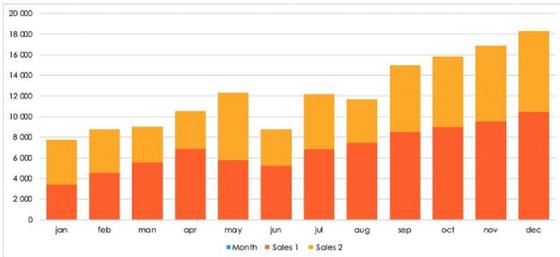
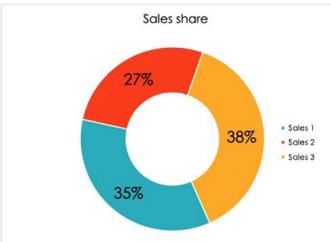
RIANS	GleioertB	SIED	FALIB
MOED	QeBUNOW	CT	LED
NUKD	BurteilNS	WIK	WIK
IndiC	Suent	WIKS	SUMD
KIIOB	schiere*	DINH	SUNG
di009	stfardoets*	CSPANG	FRED
271079	Jacco	XUER	
WBS	TIOR FALDua	W'EO	BALG
	Blidene	DNDX	S 3048K
	Ruboldrsta		
	E.kidtes	5155	
	STICENAG	5154	
	WANGI BIAF	8058	
	mlEnoy	9303	

WEEK

MOODAM ENTROV

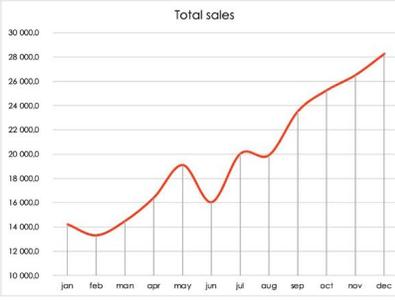
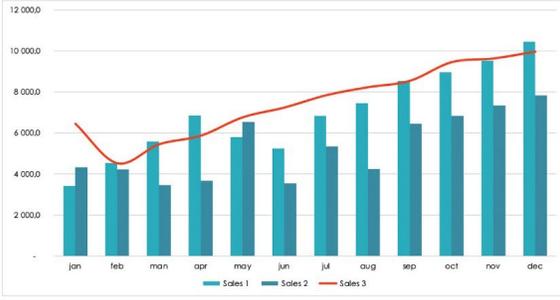
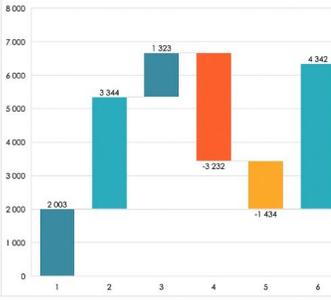
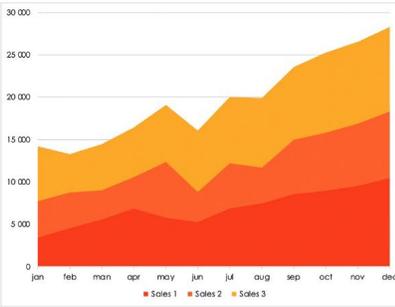
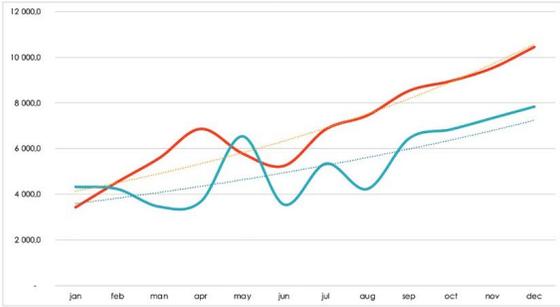
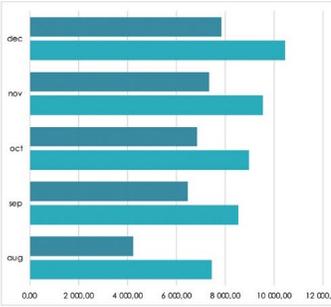
Lib





Month	Sales 1	Sales 2	Sales 3	Total
jan	3 424,0	4 324,0	6 456,0	14 204,0
feb	4 532,0	4 232,0	4 534,0	13 298,0
mar	5 574,0	3 456,0	5 454,0	14 484,0
apr	6 863,0	3 675,0	5 875,0	16 413,0
may	5 786,0	6 543,0	6 767,0	19 096,0
jun	5 242,0	3 546,0	7 245,0	16 033,0
jul	6 843,0	5 345,0	7 845,0	20 033,0
aug	7 453,0	4 234,0	8 235,0	19 922,0
sep	8 335,0	6 454,0	8 546,0	23 335,0
oct	8 959,0	6 845,0	9 456,0	25 260,0
nov	9 534,0	7 345,0	9 634,0	26 513,0
dec	10 453,0	7 845,0	9 967,0	28 265,0

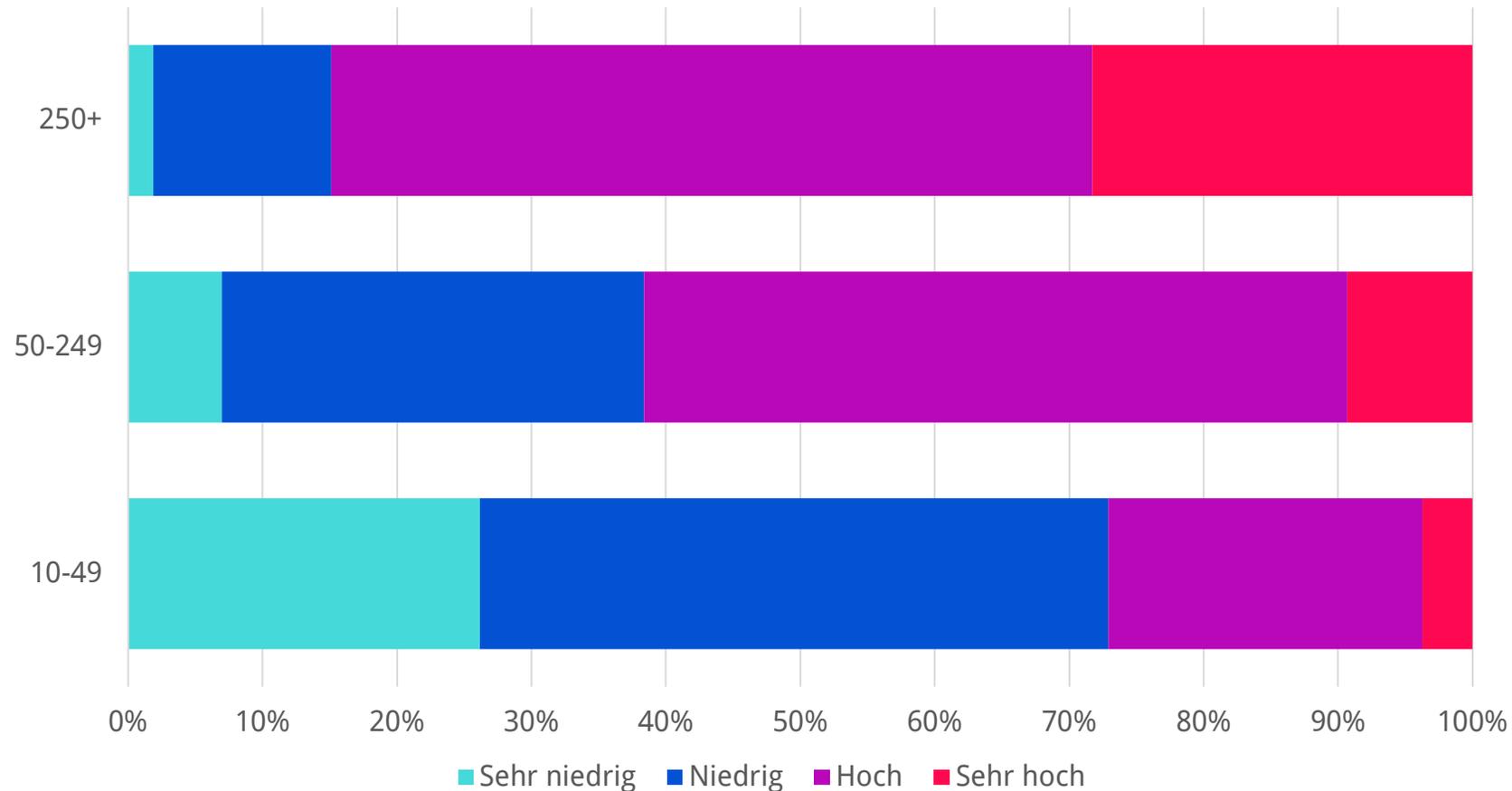
Total Share	Sales 1	Sales 2	Sales 3
	35,1%	26,9%	38,0%





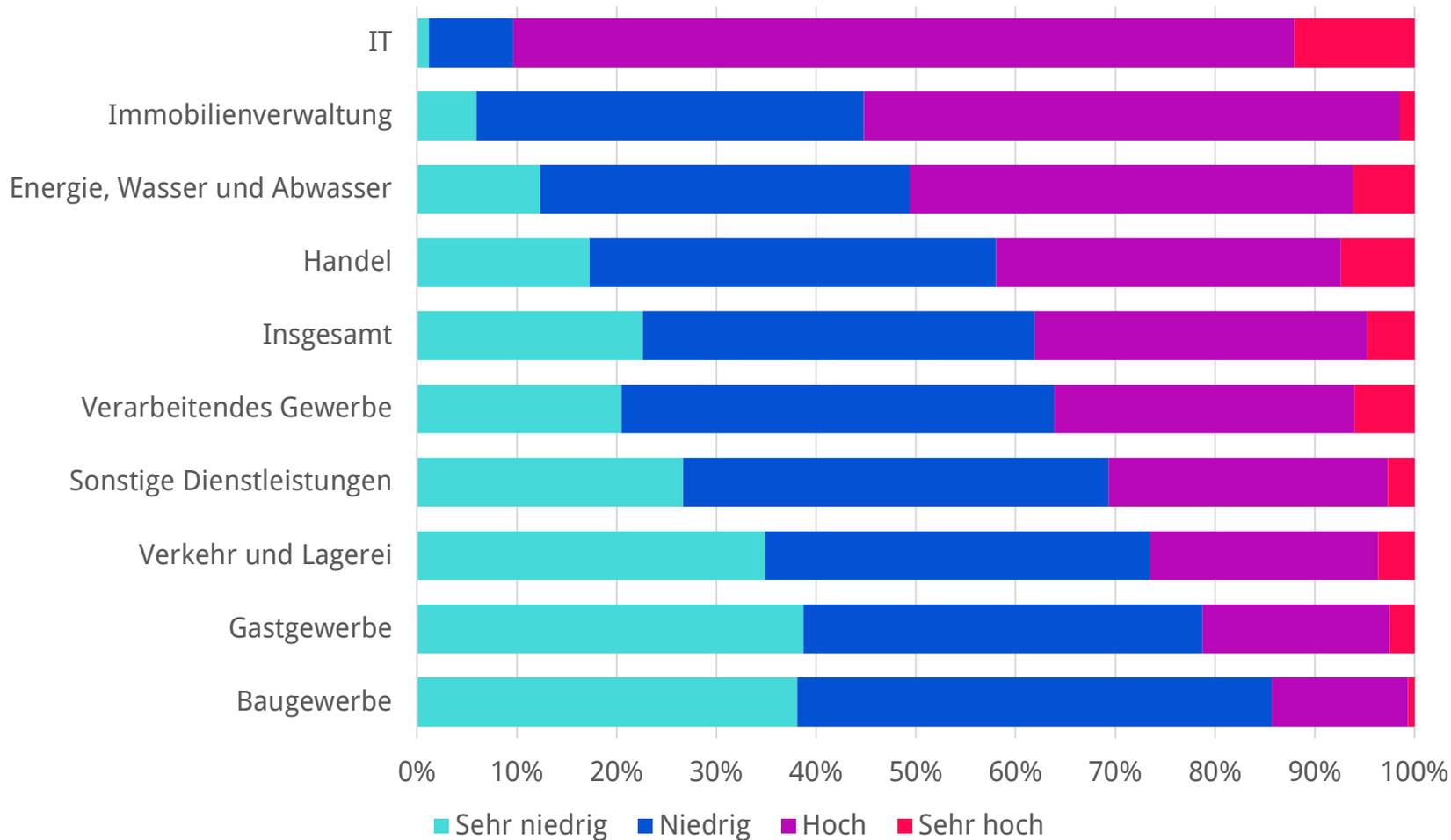


Kleinere Unternehmen tun sich mit der Digitalen Transformation besonders schwer



Digitale Intensität in Unternehmen nach Mitarbeiteranzahl (EU Digital Intensity Index, Deutschland)
Eurostat: Nutzung von IKT in Unternehmen. Stand: 19.05.2023

Viele Branchen außerhalb der IT-Branche liegen deutlich unter dem Durchschnitt

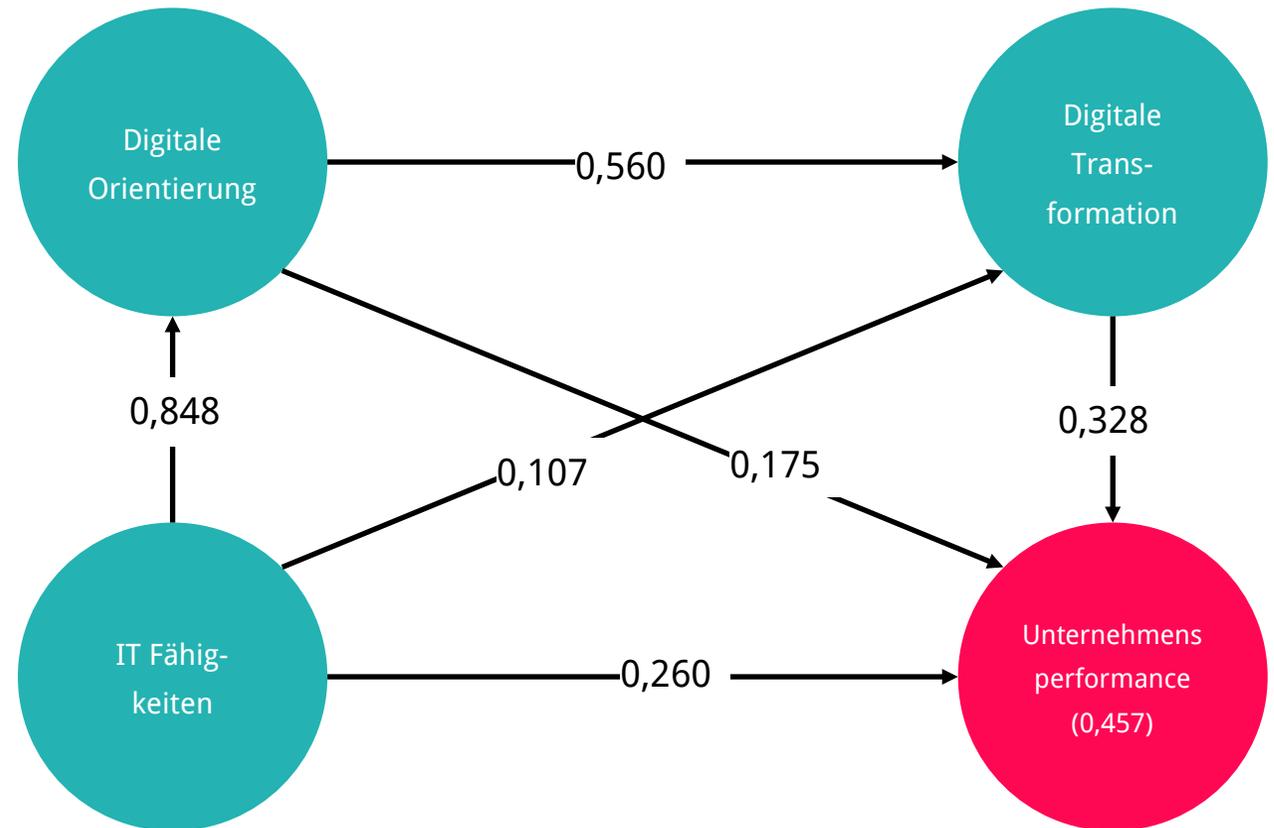


Digitale Intensität in Unternehmen (EU Digital Intensity Index, Deutschland)
Eurostat: Nutzung von IKT in Unternehmen. Stand: 19.05.2023

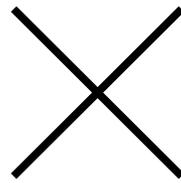


Die Digitale Transformation ist ein starker Einflussfaktor auf die Leistung eines Unternehmens

Empirische Analysen zeigen die Bedeutung, die digitale Faktoren heute für Unternehmen haben. Das Structural-Equation-Model (siehe rechts) zeigt die starken positiven Zusammenhänge verschiedener Aspekte der Digitalisierung in Unternehmen mit der gesamten Performance eines Unternehmens. Dabei wurden monetäre und nicht-monetäre Faktoren berücksichtigt. Insgesamt erklären die untersuchten Faktoren in der vorliegenden Analyse 45,7% der Abweichungen des Faktors Unternehmensperformance (n=246).



Eine Partnerschaft, ein Ziel: Erfolg in der Digitalen Welt – von der Idee bis zur Umsetzung





Wir helfen KMUs, in der dynamischen digitalen Welt erfolgreich zu sein.

Wir ermöglichen Zugang zu zuverlässiger, innovativer und produktiver Kommunikation.

Ziel: Strategie, Konzept und technische Umsetzung aufeinander abgestimmt aus einer Hand. So garantieren wir, dass die Technik den vorgesehenen Nutzen bringt und nicht zum Selbstzweck wird.



FLM Media

FLM Media ist unser Partner für alles, was mit audiovisueller Kommunikation zu tun hat: Von Visualisierungen in Retail-Umgebungen, zu Hybrid-Work-Lösungen für Besprechungsräume bis hin zu großen Schulungs- und Konferenzzentren.



Silvia Kress

Mit Silvia Kress arbeiten wir zusammen, wenn es um die gezielte Begleitung von Change-Prozessen geht. Ihre jahrzehntelange Erfahrung in Coaching und Persönlichkeitsentwicklung stellt die erfolgreiche Kommunikation Ihres Vorhabens sicher.

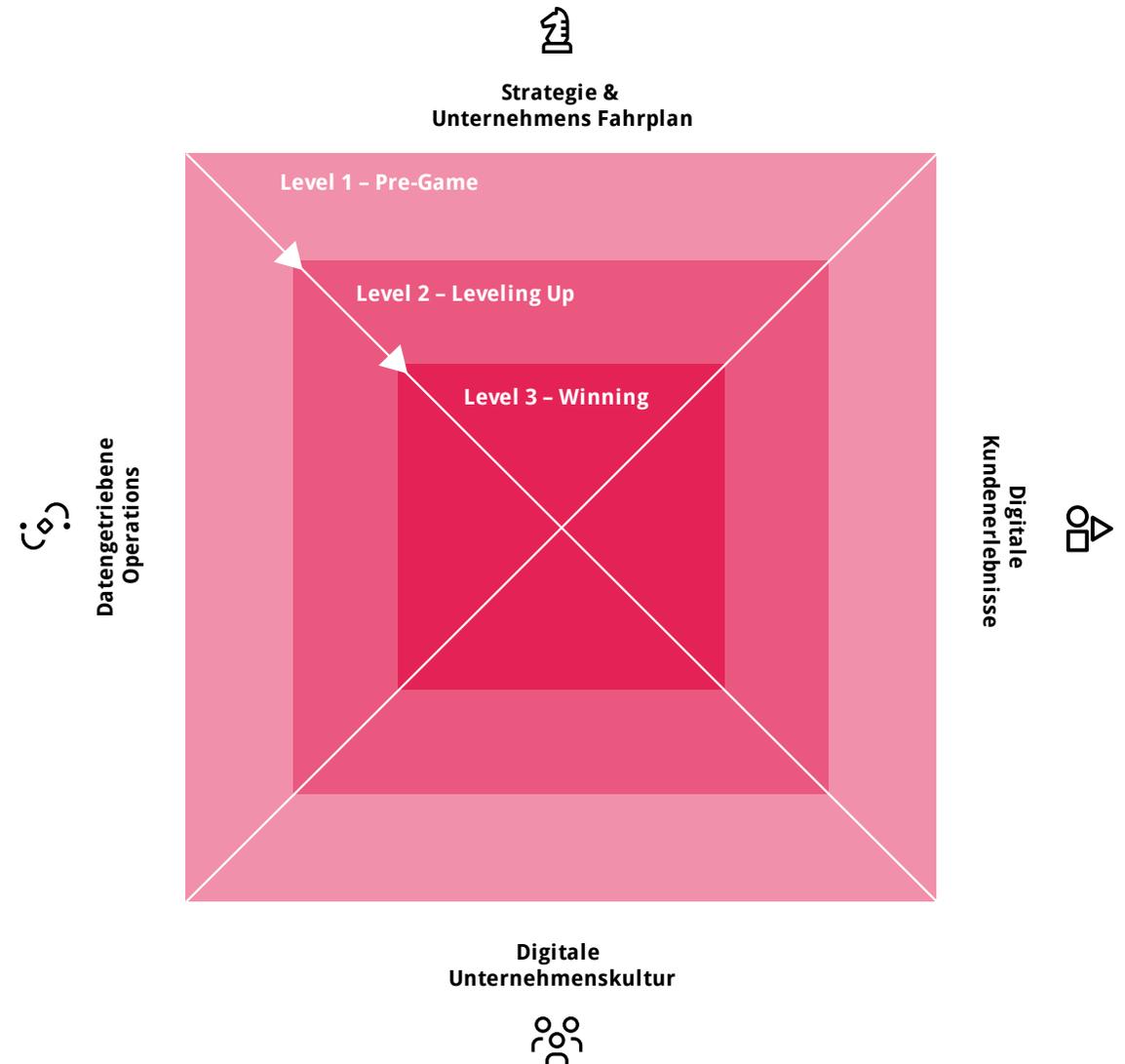


The Entrepreneurial Group Munich

The Entrepreneurial Group e.V. in München ist die älteste deutsche Studenteninitiative im Bereich Startups und Entrepreneurship. Gemeinsam verbinden wir neuestes akademisches Wissen und das Interesse am Unternehmertum und tragen diese Verbindung in unsere Projekte.

Arden Finley Game Plan: Digitale Transformation wird greifbar.

Digitalisierung ist in aller Munde und wird in allen möglichen Zusammenhängen erwähnt. Doch was heißt das eigentlich? Digitale Transformation hat viele Komponenten. Der Arden Finley Game Plan führt Sie strukturiert durch das Spiel der digitalen Transformation und geht auf Ihre jetzige Situation ein: Ob ihr Unternehmen die ersten Schritte in der digitalen Welt geht oder zur digital-definierten Organisation werden möchte.



Kundenerlebnisse



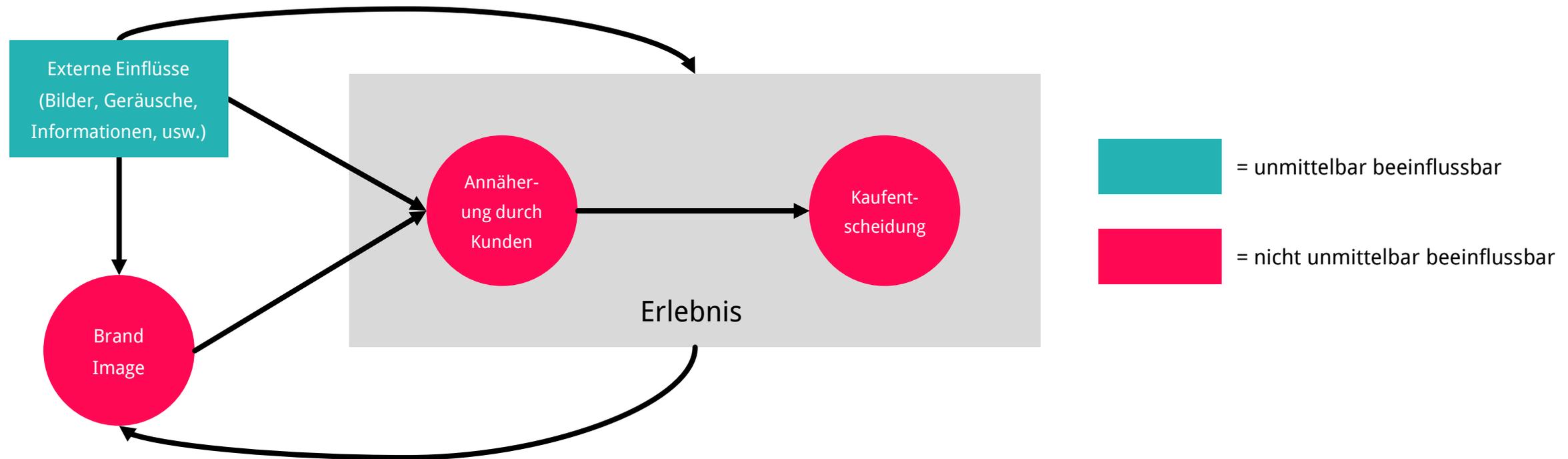
//

It's about being agile, evolving, staying culturally relevant.
It's about reimagining space and flow: How will people come through this space? What will they feel? What's the draw? What's the attraction, beyond just stuff on shelves?

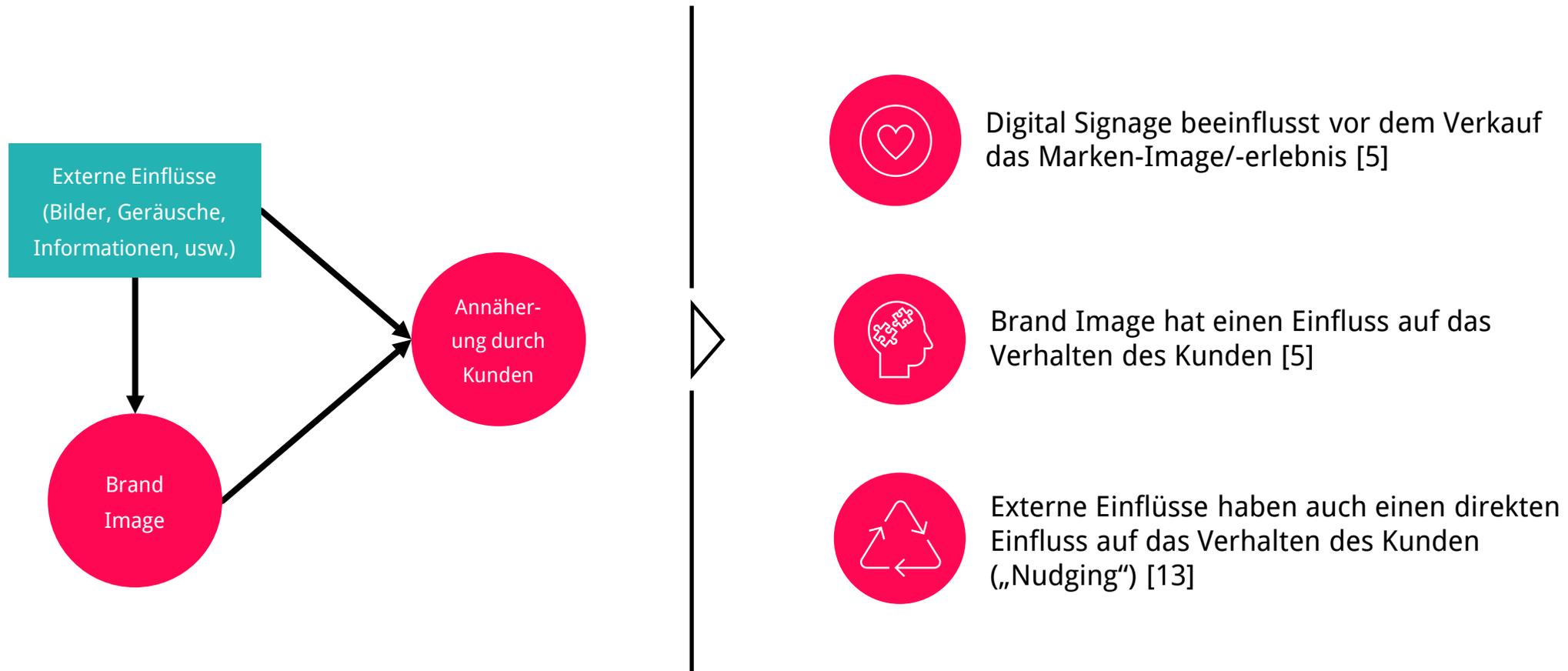
BRIAN SOLIS, DIGITAL ANTHROPOLOGIST,
SALESFORCE



Wie verschiedene Faktoren das Kundenverhalten beeinflussen



Externe Einflüsse haben direkte und indirekte Einflüsse auf das Kundenverhalten



KUNDENERLEBNISSE

Wissen Sie, was
Nudging ist?



Das...

LOOK RIGHT →

... und das.

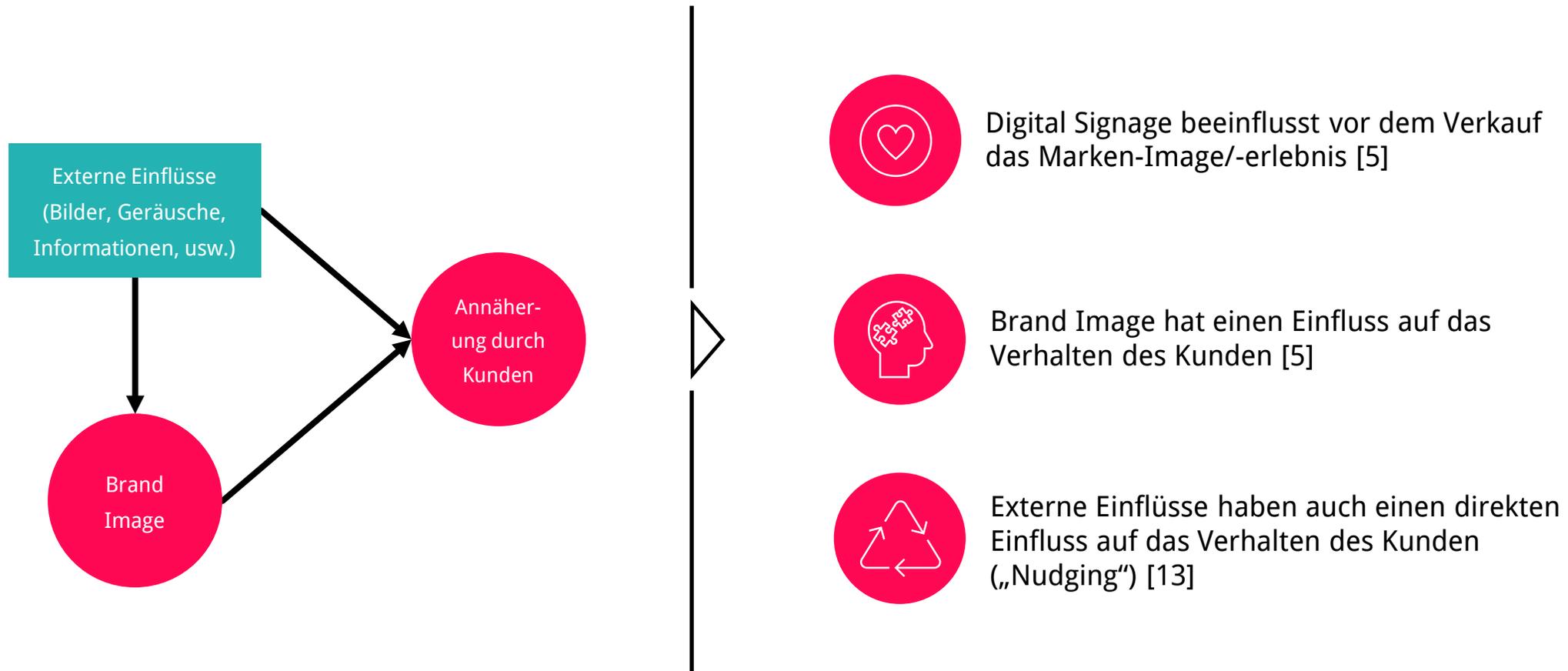
Keep our area clean

Thank you fo throwing your trash here!

The billboard features a vibrant, cartoonish illustration of a blue trash bin with a smiling face, arms, and legs. The bin is surrounded by various pieces of trash, including a plastic cup, a paper plate, and a piece of paper. The background is a bright, colorful gradient with sparkling effects. The text 'Keep our area clean' is at the top, and 'Thank you fo throwing your trash here!' is at the bottom.

The physical trash bin is a sleek, modern design with a stainless steel finish. It features a digital display on the front showing the same cartoon trash bin character. The bin is located on a sidewalk next to a building.

Externe Einflüsse haben direkte und indirekte Einflüsse auf das Kundenverhalten

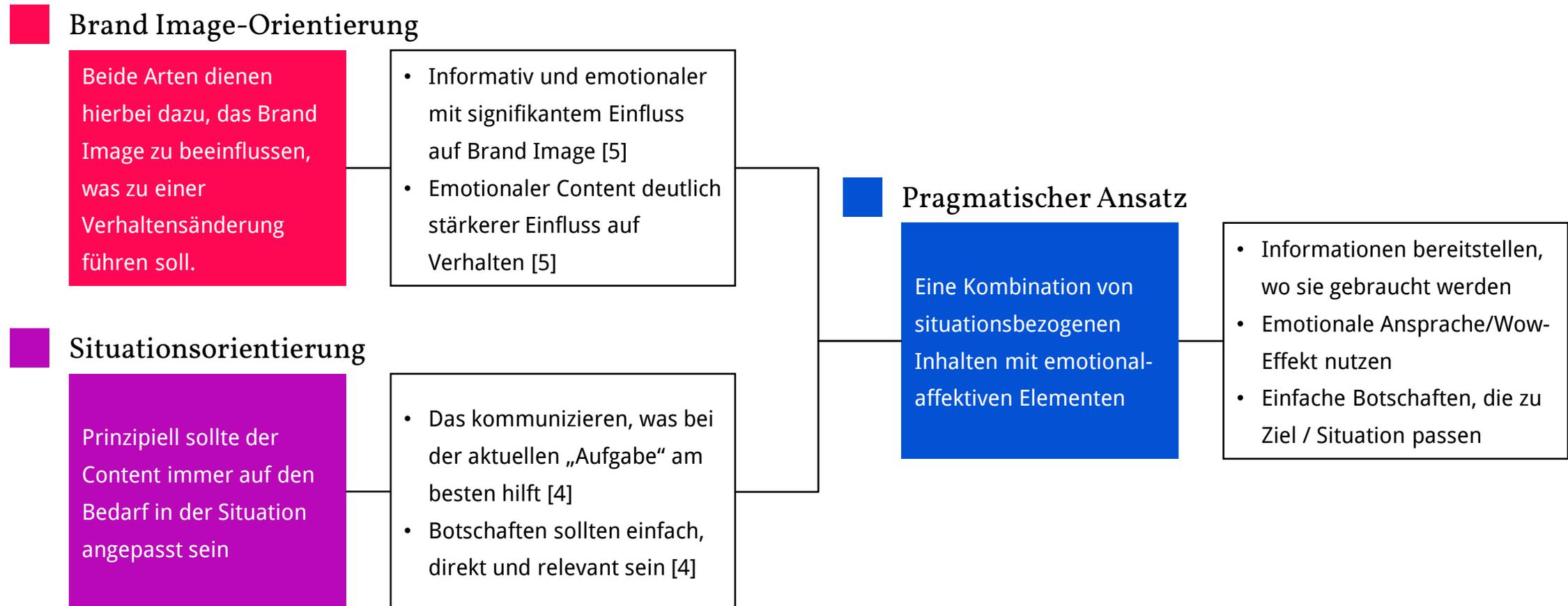


bis zu 25 %

UMSATZSTEIGERUNG [4] DURCH DIGITALE GROSSBILDSCHIRME IN LÄDEN IN MALLS



Digital Signage: Informativer oder emotionaler Content?



KUNDENERLEBNISSE

Emotionaler Content beeinflusst die Marken- wahrnehmung



FINASIS

STANDON

攤零裝裝

TOGETHER
WE
TRIUMPH



FINASIS
FINASIS 151 208

FINASIS
109

FINASIS
15.5-78

FINASIS
15 PM

APPEIMANG



In Kombination
werden die
Ansätze noch
wirkungsvoller.

Sehen Sie sich das Beispielbild unter folgendem Link an:

<https://www.avnation.tv/de/2020/12/09/nec-looks-ahead-to-digital-signage-in-2021/>

Look Find your style here

Look
Find your style here

Look
Find your style here

Look
Find your style here

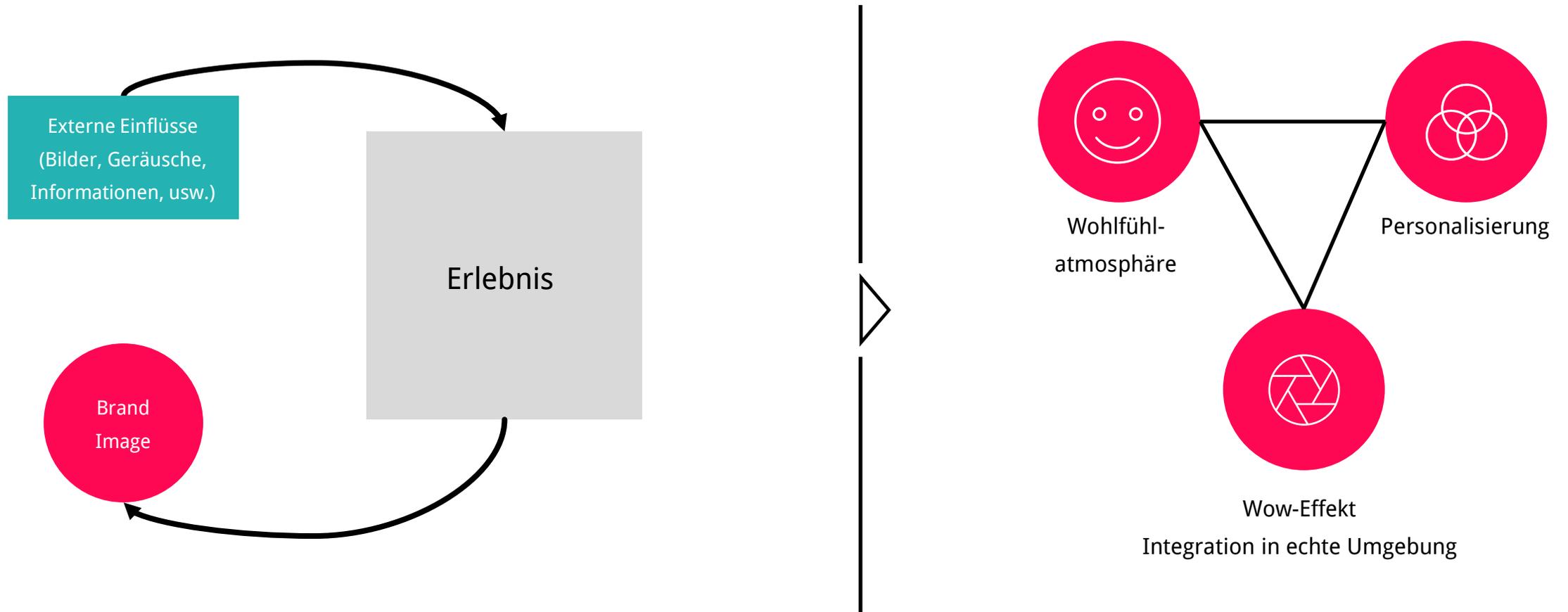
//

Great retailers, in the future, will make you feel like you're in a special place, designed especially for you, so that you take time out of your life to go to that place because it feels like the right place to be.

BRIAN SOLIS, DIGITAL ANTHROPOLOGIST,
SALESFORCE



Schaffung einer beruhigenden, warmen Atmosphäre, die den gefühlten Wert des Besuchs erhöht



*Sehen Sie sich das Beispielbild unter folgendem Link an:
<https://www.raconteur.net/customer-experience/adidas-flagship-immersive>*

Sehen Sie sich die Beispielbilder unter folgenden Links an:
<https://agencechic.com/en/blog/retail-story-immersive-store/>
<https://www.avinteractive.com/features/case-studies/sportwear-retail-not-know-14-10-2021/>
<https://firstclasse.com.my/burberry-luxury-social-retail-store-shenzhen/>

*Sehen Sie sich das Beispielbild unter folgendem Link an:
<https://www.imagesretailme.com/check-out-these-5-immersive-retail-spaces/>*

“

The challenge of an efficient Digital Signage system is to display the right content to the right person at the right time

(BAUER ET AL., 2018)

Digital Signage wird dann besonders effektiv, wenn es auf die Situation des Betrachters reagiert [2]



Aktionen des Betrachters
(z.B. nimmt ein Produkt)



Position und
Produktkategorie



Emotion des Betrachters



Externe Faktoren (Uhrzeit,
Wetter, Andrang)



Biografische Daten (Alter,
Geschlecht) und vorherige
Interaktionen



Aufmerksamkeitsniveau
und Engagement

Der richtige Content hat einen direkten Einfluss auf das Kundenverhalten und dessen Erlebnis.

Positive Erfahrung

Gut gewählter Content steigt die wahrgenommene Qualität der Einkaufserfahrung [5].

Impulskäufe

Durch gezielte Digital-Signage-Anwendungen steigen Umsätze durch Impulskäufe [6].

Rückkehrabsicht

Dadurch steigt auch die Absicht, nach dem Besuch wiederzukommen [6].

Wartezeiten

Wartezeiten werden subjektiv als kürzer wahrgenommen. Dies führt zu einer besseren Service-Erfahrung, einer besseren Einstellung ggü. dem Unternehmen und höherer Loyalität [7, 12, 9, 3].

Gentle Monster nutzt Kunstinstallationen in den Läden, um zusätzliche Effekte zu schaffen.

*Sehen Sie sich das Beispielbild unter folgendem Link an:
<https://www.gentlemonster.com/us/store?country=us>*

Burberry nutzt immersive Bildausgabe.

*Sehen Sie sich das Beispielbild unter folgendem
Link an:*

<https://www.textilwirtschaft.de/business/stores/store-to-watch-burberry-neues-zuhause-in-shanghai-233412>

Canada Goose macht aus dem Einkauf ein immersives Erlebnis.

*Sehen Sie sich das Beispielbild unter folgendem Link an:
<https://www.trendhunter.com/trends/immersive-retail-concept>*

Intersport nutzt ein „verlängertes Regal“

Mit dem verlängerten Regal können Kunden direkt aus dem Laden online auf ihr Intersport-Konto zugreifen und Verfügbarkeiten klären oder das Produkt mit vorherigen Käufen abgleichen.





Das oberste Prinzip: Technik darf nicht aufdringlich wirken. Sie soll ein Erlebnis unterstützen und dem Personal Freiräume für besseren Kundenservice schaffen.

Optimierte Betriebsabläufe



Digital Signage ermöglicht direktes Feedback und Datensammlung

z.B. welche Produkte wie oft angehoben werden, welcher Content die besten Erfolgsraten hat und welcher Inhalt bei welchen Personen und unter welchen Umständen am besten funktioniert. Digital Signage verbindet den Offline-Store mit der Onlinewelt.



Prozesseffizienz und Kundenservice erhöhen



Microfullfilment



Häufige Fragen und
Wegfindung



Schnelle
Informationen im
Kundengespräch



Self Service



Verbindung zur Online
Customer Journey

Home Setting Input Output Help

Product search

Back Next

Gift Cards



Size:
S M L XL

Colour Choice:
● ● ●

Price : 89.99

BUY



Materials Care instructions News Allert

Reviews Closest Shop

Help Customer Service

Return Favorite Matched with Free Shipping



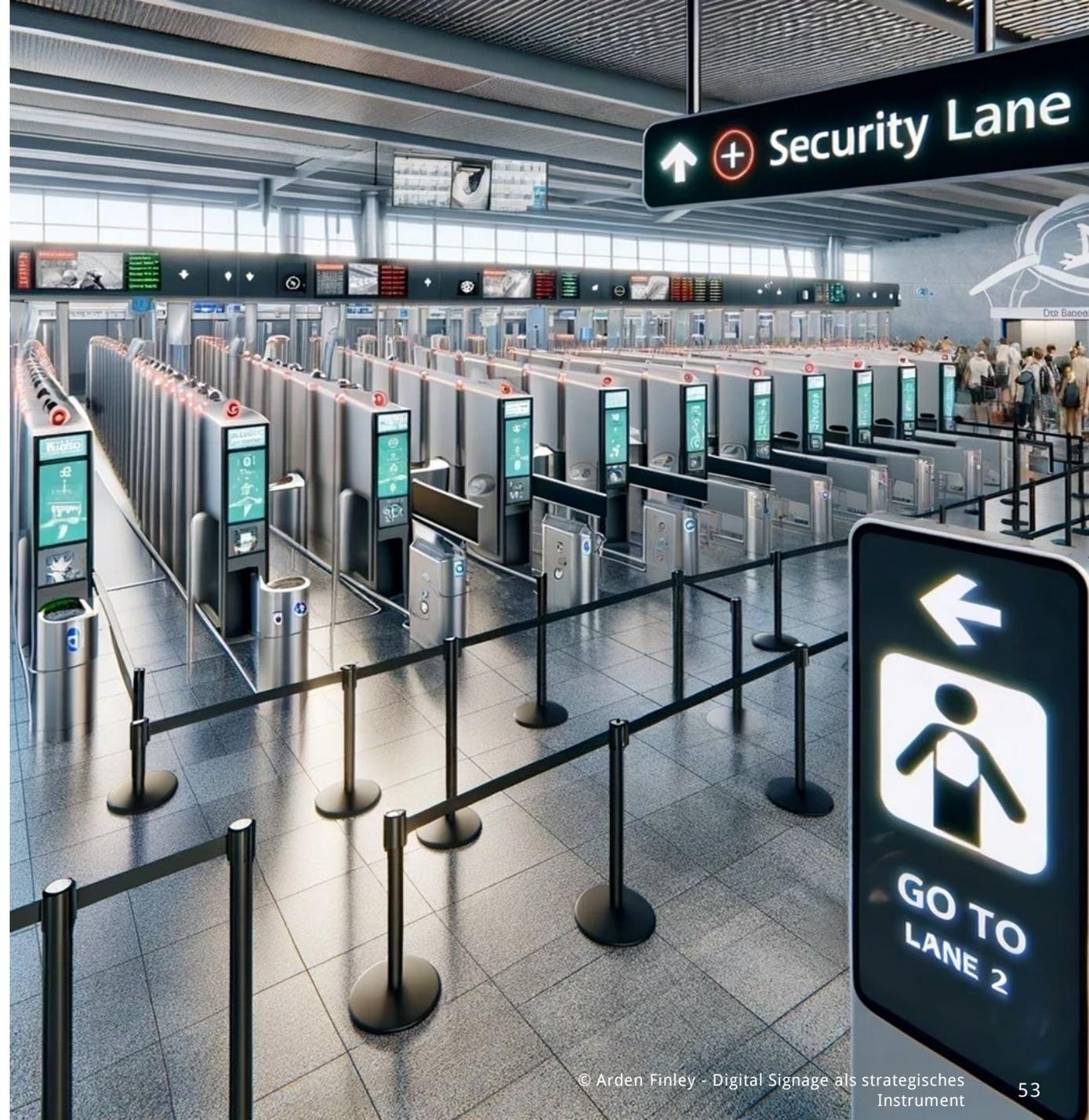
Bürgerleitsystem der Stadt Pegnitz

Bürger und Besucher der Stadt Pegnitz
können auf verschiedenen im Stadtgebiet
aufgestellten interaktiven Stelen
Informationen erhalten und sich
Weganweisungen anzeigen lassen.



Am Flughafen Kopenhagen werden Gäste dynamisch auf die Security Lanes verteilt.

(Nachbildung)



Digitale Unternehmenskultur



Entscheidende Treiber einer digitalen Unternehmens- kultur



Flexibilität



Agilität



Empowerment



Kommunikation und
Information

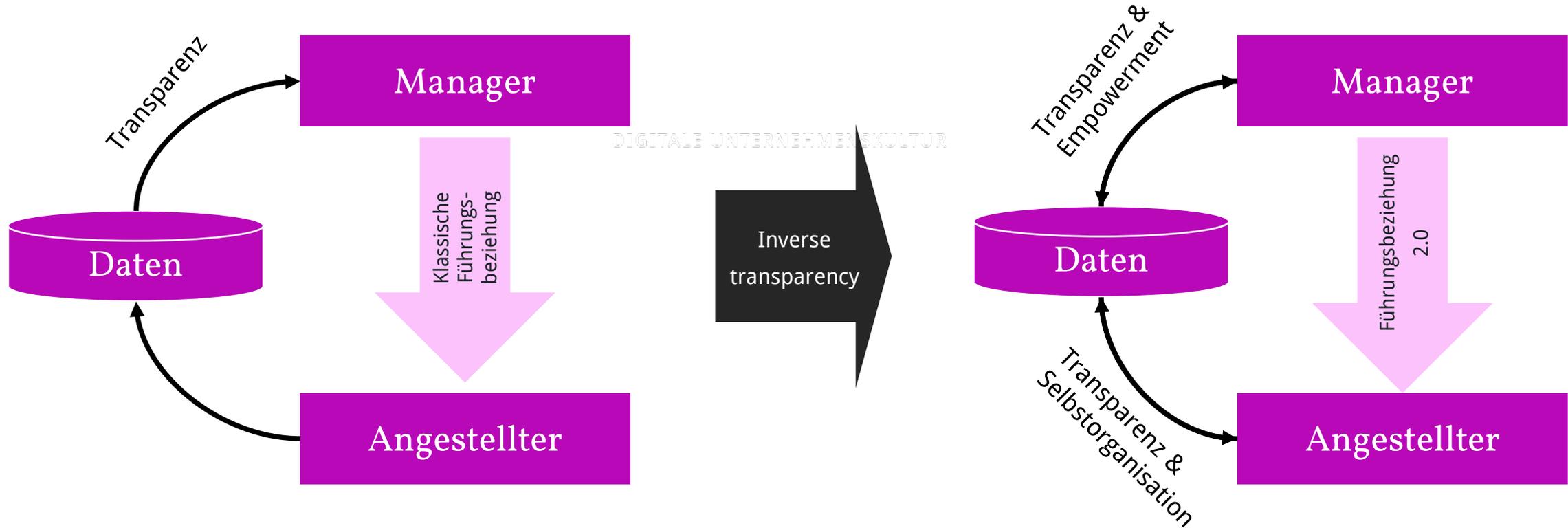


Teamorientierung

Stellen Sie sich eine Stadt vor, in der die Polizei jede Bewegung und jedes Ereignis tracken kann.

NACH DAVID BRINS ROMAN „THE TRANSPARENT SOCIETY“, 1998

Dieses Konzept der „inverse transparency“ findet sich heute besonders im Verhältnis Angestellter – Manager wieder [8]



→ Transparenz über Datenströme schafft mehr Vertrauen und Selbst-Organisation [8]



Relevante Daten in Echtzeit führen zu höherer Leistung, mehr Engagement und besserer Produktivität



Realtime Feedback-Daten erhöhen das Engagement der Mitarbeiter sowie die Service-Performance [10]



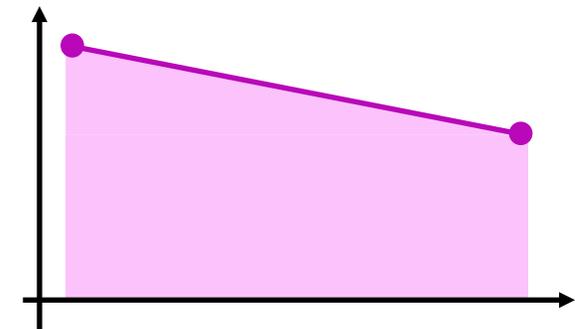
Realtime-Feedback steigert die Produktivität und Zufriedenheit der Mitarbeiter [11]



Smart-Devices im Kundengeschäft erhöhen die Zufriedenheit und Effizienz der Mitarbeiter und verbessern die Servicequalität [1]

-11%

Unproduktive / verschwendete Arbeitszeit bei Mitarbeitern mit Echtzeit-Feedbackdaten [11]



Und jetzt?

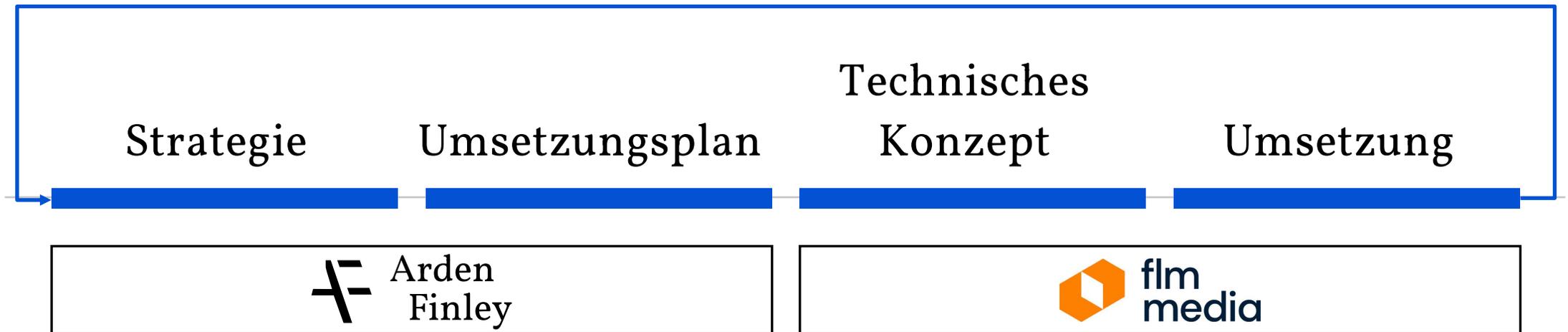


The Good News:
Es ist nicht so kompliziert, wie
es aussieht. Und muss keine
Unsummen kosten.



Unser Framework enthält den gesamten Prozess, von der Strategie bis zur technischen Umsetzung

Monitoring und Verbesserung



Antworten auf Ihre Herausforderungen! Wir sind für Sie da. Sprechen Sie uns gerne an.

Digitalisierungsstrategie und Konzeption



Yannick Krug

E: y.krug@ardenfinley.co

T: +49 171 3624205



**Anian von
Mengershausen**

E: anian.vm@ardenfinley.co

T: +49 173 8103431

Technische Planung und Umsetzung



Yannick Krug

E: y.krug@flmmedia.de

T: +49 9178 99818 - 150

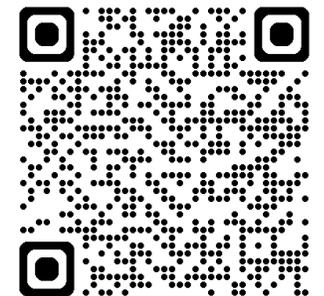


Erman Elibol

E: e.elibol@flmmedia.de

T: +49 9178 99818 - 113

Kostenloses Erst-
gespräch buchen





Arden Finley

Sources

- [1] Aniansson, A., & Ebrahimi, S. (2022). Impactful Digital Transformation for Retail Employees: A Case Study.
- [2] Bauer, C., Garaus, M., Strauss, C., & Wagner, U. (2018). Research directions for digital signage systems in retail. *Procedia Computer Science*, 141, 503-506.
- [3] Bielen, F., & Demoulin, N. (2007). Waiting time influence on the satisfaction-loyalty relationship in services. *Managing Service Quality: An International Journal*, 17(2), 174-193.
- [4] Burke, R. R. (2009). Behavioral effects of digital signage. *Journal of advertising research*, 49(2), 180-185.
- [5] Dennis, Charles, Brakus, Josko J., Gupta, Suraksha and Alamanos, Eleftherios (2014). The effect of digital signage on shoppers' behavior: The role of the evoked experience. *Journal of Business Research*, 67 (11). 2250-2257.
- [6] Garaus, M., Wagner, U., & Manzinger, S. (2017). Happy grocery shopper: The creation of positive emotions through affective digital signage content. *Technological Forecasting and Social Change*, 124, 295-305.
- [7] Garaus, M., & Wagner, U. (2018). The influence of digital signage on the waiting experience and store satisfaction. In *Proceedings of the 2018 Winter Marketing Educator's Conference*.
- [8] Gierlich-Joas, M., Hess, T., & Neuburger, R. (2020). More self-organization, more control—or even both? Inverse transparency as a digital leadership concept. *Business Research*, 13(3), 921-947.
- [9] Hui, M. K., & Tse, D. K. (1996). What to tell consumers in waits of different lengths: An integrative model of service evaluation. *Journal of marketing*, 60(2), 81-90.
- [10] Lechermeier, J., Fassnacht, M., & Wagner, T. (2020). Testing the influence of real-time performance feedback on employees in digital services. *Journal of Service Management*, 31(3), 345-371.
- [11] Li, S., & Bernstein, E. (2022). Effects of Transparent Performance Data on Employee Performance: Evidence from a Field Experiment.
- [12] Pruyn, A., & Smidts, A. (1998). Effects of waiting on the satisfaction with the service: Beyond objective time measures. *International journal of research in marketing*, 15(4), 321-334.
- [13] Suri, G., & Gross, J. J. (2015). The role of attention in motivated behavior. *Journal Of Experimental Psychology*, 144(4), 864-872.



DISCLAIMER

Die von Arden Finley Consulting UG (haftungsbeschränkt) ("Arden Finley") bereitgestellten Dienstleistungen und Materialien unterliegen den Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Arden Finley (eine Kopie davon ist auf Anfrage erhältlich) oder einer anderen Vereinbarung, die zuvor von Arden Finley abgeschlossen wurde. Arden Finley bietet keine Rechts-, Buchhaltungs- oder Steuerberatung an. Der Kunde ist dafür verantwortlich, eine unabhängige Beratung in diesen Bereichen einzuholen. Diese Beratung kann die von Arden Finley erteilten Ratschläge beeinflussen. Darüber hinaus übernimmt Arden Finley keine Verpflichtung, diese Unterlagen nach dem Datum dieses Dokuments zu aktualisieren, ungeachtet der Tatsache, dass diese Informationen veraltet oder ungenau sein könnten.

Die in dieser Präsentation enthaltenen Materialien sind ausschließlich für die Verwendung durch den Vorstand oder die Geschäftsleitung des Kunden und nur für die in der Präsentation beschriebenen Zwecke bestimmt. Die Materialien dürfen ohne die vorherige schriftliche Zustimmung von Arden Finley weder kopiert noch an eine andere natürliche oder juristische Person als den Kunden ("Dritte") weitergegeben werden. Diese Unterlagen dienen lediglich als Diskussionsgrundlage; sie sind ohne den begleitenden mündlichen Kommentar unvollständig und dürfen nicht als eigenständiges Dokument herangezogen werden. Darüber hinaus dürfen sich Dritte nicht auf diese Unterlagen berufen, und es ist für Dritte nicht sinnvoll, sich zu irgendeinem Zweck auf diese Unterlagen zu verlassen. Soweit gesetzlich zulässig (und sofern nicht anderweitig in einem von Arden Finley unterzeichneten Schreiben vereinbart), schließt Arden Finley jegliche Haftung gegenüber Dritten aus, und Dritte verzichten hiermit auf alle Rechte und Ansprüche, die sie zu irgendeinem Zeitpunkt gegenüber Arden Finley in Bezug auf die Dienstleistungen, diese Präsentation oder andere Materialien, einschließlich deren Richtigkeit oder Vollständigkeit, haben könnten. Die Entgegennahme und Prüfung dieses Dokuments gilt als Zustimmung und Gegenleistung für das Vorstehende.

Arden Finley erstellt keine Gutachten oder Bewertungen von Markttransaktionen und diese Unterlagen sollten nicht als solche ausgelegt werden. Darüber hinaus beruhen die in diesen Unterlagen enthaltenen finanziellen Bewertungen, prognostizierten Markt- und Finanzinformationen und Schlussfolgerungen auf Standardbewertungsmethoden, sind keine endgültigen Prognosen und Arden Finley übernimmt für sie keine Garantie oder Haftung. Arden Finley hat öffentliche und/oder vertrauliche Daten und Annahmen verwendet, die Arden Finley vom Kunden zur Verfügung gestellt wurden. Arden Finley hat die in diesen Analysen verwendeten Daten und Annahmen nicht unabhängig überprüft. Änderungen der zugrundeliegenden Daten oder Betriebsannahmen können sich auf die Analysen und Schlussfolgerungen auswirken.