



# Sunrise

## Mehr Kunden im Sunrise Shop dank Digital Signage von Samsung.

Den Kunden in den Mittelpunkt stellen und über Digital Signage Technologie vom Schaufenster wieder vermehrt in die Shops bringen: Sunrise hat in enger Zusammenarbeit mit Samsung schweizweit 80 Sunrise Shops auf die veränderten Kundenbedürfnisse getrimmt – mit Erfolg.

### Die Anforderungen des Kunden

Sinkende Kundenzahlen, schlecht frequentierte Shops, Ladenschliessungen: Der stationäre Handel muss sich gegenüber verändertem Kundenverhalten und Onlineshops neu erfinden. Sunrise hat die Zeichen der Zeit rechtzeitig erkannt und beschlossen, ihre Shops in der ganzen Schweiz entsprechend umzubauen. Das Herz des neuen Konzepts: dynamische digitale Werbung in den Schaufenstern und im Shop als Schnittstelle zwischen On- und Offline-Shopping.



**Christoph Richartz**  
Director Consumer Sales  
bei Sunrise

Die Anforderungen von Sunrise an Hard- und Software war hoch: Die Screens mussten sich im Aussenbereich an die sich verändernden Lichtverhältnisse anpassen. Informationen sollten auch bei direkter Sonneneinstrahlung noch zu sehen sein. Voraussetzung war auch, dass Werbebotschaften zentral, mehrsprachig und je nach Ort individuell aufbereitet werden können. Die Wahl fiel schliesslich auf Digital Signage von

Samsung. „Es gibt ja diverse Möglichkeiten, Content spontan aber auch zeitgesteuert anzuzeigen. Sunrise hat alles richtig gemacht. Erst wurde das Content Konzept erstellt und erst danach die Hardware ausgewählt.“, lobt Nabil Sheikh, Business Development Manager Digital Signage, Samsung Electronics.

### Die Gesamtlösung

Das Timing war sportlich: In nur 14 Tagen mussten in den 80 Shops schweizweit 800 Screens verbaut werden. „Da braucht man einen Partner auf Augenhöhe. Der schnell liefern kann, der verlässlich ist, der sagt: am Tag X können unsere Monteure einbauen. Und Samsung hat überall geliefert“, erklärt Christoph

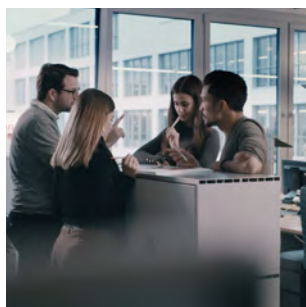
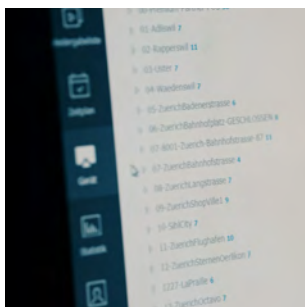




Richardt, Director Consumer Sales, Sunrise Communications SA. „Samsung hat einen sehr hohen Lagerbestand. Dadurch sind wir agil und können spontan auf Projekte reagieren“, ergänzt Nabil Sheikh.

Digital Signage von Samsung macht das haptische Einkaufserlebnis mit persönlicher Beratung wieder attraktiver, indem es das Schnäppchen basierte Kaufverhalten aus dem Onlinehandel zurück ins Schaufenster holt. Bestechend ist die ausgereifte Technik mit der einfach zu bedienenden Softwarelösung Magic Info. Bei Sunrise werden die Inhalte von der Zentrale in Zürich aus aufbereitet und ins richtige Licht gerückt.

Dank Digital Signage hat Sunrise ihre Botschaften aus der Statik befreit: die Werbung bewegt sich, lässt sich individuell und schnell auf die Zielgruppe, die Tageszeit, aktuelle Geschehnisse und das Wetter anpassen. Auch bei lokaler Ansteuerung hat das System grosse Vorteile: So ist beispielsweise der Videoplayer in jedem Screen integriert, Kabelsalat und teure externe Abspiegelgeräte entfallen.



## Das Resultat

Für Sunrise haben sich die Investitionen ausgezahlt. Christoph Richardt, Director Consumer Sales, Sunrise Communications SA, erklärt: „Für einen Tag, für 24 Stunden müssen beispielsweise alle Läden auf Black Friday umgestellt werden. Früher haben wir Flyer gedruckt, Plakate gedruckt, heute drücken wir auf einen Knopf und der Laden ist im Black Friday Look.“

Sunrise strebte mit dem Umbau der Shops ein klares Ziel an: dem Kunden und seinen Bedürfnisse zeitgemässer zu begegnen, ihn wieder in den Mittelpunkt zu stellen. Christoph Richardt: „Im



klassischen Retail beobachten wir einen Rückgang der Frequenzen. Wenn wir uns aber nun die neu umgebauten Stores anschauen und diese Jahr auf Jahr vergleichen, sehen wir, dass wir nicht nur den Rückgang kompensieren, sondern sogar die Frequenz erhöhen konnten.“

Sämtliche im Text aufgeführten Markenzeichen gehören dem jeweiligen Rechteinhaber.

# SAMSUNG