

Die neue Generation von Full Packaged Products

In den vergangenen Jahren hat sich die Konsumentenwelt deutlich verändert. Die elektronische Software Distribution (ESD) erhielt Einzug und erreichte eine junge Generation von Käufern. Gift Cards boten die Möglichkeit die „reale“ mit der „digitalen“ Welt zu verknüpfen und Menschen mit dem Download Prozess von Software vertraut zu machen.



Junge Menschen sind mit dem ESD Prozess durch den Spielmarkt in Berührung gekommen. Dort ist es mittlerweile Gang und Gebe Spiele auf Plattformen wie Steam o.ä. zu erwerben und herunterzuladen. Doch was ist mit der älteren Generation und anderen Software Produkten? Die Frage, die dieser Trend mit sich bringt, ist: Wie kann ein Unternehmen wie GRAVIS Adobe Produkte im ESD Format in Ihren Geschäften anbieten, ohne dabei einen optischen Qualitätsverlust hinnehmen zu müssen?

Die Lösung: POSA Boxen

ALSO hat sich dem Problem angenommen und mit der Point Of Sale Activation (POSA) einen Lösungsweg gefunden. Durch die Ähnlichkeit mit einer FPP Box vermittelt die POSA Box die gleiche Wertigkeit ohne dabei an Qualität zu verlieren. Die elementaren Vorteile dieser Boxen sind die sehr geringe Kapitalbindung und die sehr hohe Sicherheit. Diese Aspekte sind gegeben, da eine POSA Box nur einen Zahlencode enthält,

GRAVIS



- Führender Apple Service Provider in Europa
- Größter Apple Reseller in Deutschland
- 660 Mitarbeiter
- 31 Ladenlokale
- 25 Jahre Erfahrung

ALSO



- Europas drittgrößter Distributor für IT- und Telekommunikationsware
- Vertriebt Produkte, Lösungen und Service-Dienstleistungen
- 2012: 6.3 Mrd Euro Umsatz
- 3.000 Mitarbeiter
- Aktiv in 12 Ländern

POSA's Benefits



- Gleiche optische Wertigkeit wie eine FPP Box
- Sehr geringe Kapitalbindung
- Hohes Sicherheitslevel
- Breites Software Portfolio



Konsument wählt ein Produkt aus



Verkäufer kassiert und aktiviert die Software



Konsument lädt die Software im Online-Portal herunter



Konsument aktiviert die Software

der erst an der Kasse durch den Verkäufer aktiviert wird. Im Anschluss an diesen Prozess ist es dem Kunden möglich, seine erworbene Software über ein Online-Portal herunterzuladen. So lange der Zahlencode nicht aktiviert wurde, ist die Box nutzlos.

Um den Aktivierungsprozess zu vollziehen bietet die ALSO zwei verschiedene Lösungswege an. GRAVIS hat sich für die Lösung entschieden, eine Integration in das Kassensystem umzusetzen, was eine direkte API Anbindung nach sich zieht. Die zweite Variante beinhaltet das ALSO Aktivierungsportal. Dieses Portal umgeht mögliche technische oder Integrationsprobleme, da es eine Online-Plattform ist, die sehr ökonomisch und schnell eingebunden werden kann. Die Lieferung der POSA Boxen für die einzelnen Ladengeschäfte wird über die schon bestehenden und seit Jahren genutzten Distributionswege von ALSO realisiert.

Die Vorteile für GRAVIS

„Wir freuen uns, dank der POSA-Lösung den vom Kauf von zum Beispiel iTunes-Wertkarten gelernten Prozess jetzt auch für weitere Software-Pakete nutzen zu können“, sagt Hubert Kluske, Geschäftsführer bei GRAVIS: „Darüber hinaus bietet die Lösung aus Vertriebsicht weitere Vorteile wie ein geringes Diebstahlrisiko und keine Kapitalbindung.“

Diese Lösung bietet die Chance einen höheren Umsatz mit geringerem Risiko und Kosten zu generieren. Warum? Weil Sie Ihr Software Portfolio um hochpreisige Produkte erweitern können ohne sich dabei um das Thema Kapitalbindung Gedanken zu machen. Der Wechsel von der traditionellen FPP Box zur POSA Box hat den Umsatz von GRAVIS im hochpreisigen Software-segment deutlich gesteigert. Zudem hat das hohe Sicherheitsniveau durch die Aktivierung an der Kasse dazu geführt, dass es nicht mehr notwendig ist, die Software Boxen in Vitrinen zu sichern. Dies bietet dem Kunden die Möglichkeit, sich auch ohne Hilfe von Mitarbeitern frei am Sortiment eines GRAVIS Geschäfts zu bedienen.

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne unter ESD-Deutschland@also.com zur Verfügung.



„POSA Boxen bieten aus Vertriebsicht Vorteile wie ein geringes Diebstahlrisiko und keine Kapitalbindung.“

Hubert Kluske, Geschäftsführer bei GRAVIS