

Intel® Retail Client Manager

Dieser ausführliche Leitfaden unterstützt Sie beim Verkauf von Lösungen für Kunden-Touchpoints



Intel® RCM kommt mit praktisch allen Inhalten in beliebigen Formaten klar – Video, Fotos, Präsentationsfolien, Text, Grafikanimationen und vielem mehr.

Kurzübersicht

Dieser ausführliche Leitfaden unterstützt Sie beim Verkauf von Lösungen für Kunden-Touchpoints, bei denen die Content-Management-Software Intel® Retail Client Manager enthalten ist. Touchpoints sind Digital-Signage-Systeme, POS-Lösungen, Verkaufsautomaten, Kioskterminals usw. Der Leitfaden bietet Ihnen einen Überblick über Intel® RCM, dessen Nutzen bei der Bereitstellung von Inhalten für digitale Touchpoints, über Content-Strategien, die Positionierung sowie Informationen über die Konkurrenzsituation usw. Dieses Dokument eignet sich für:

- Systemintegratoren
- Fachhändler, Systemhersteller und VARs im Intel-Channel
- OEMs
- Lieferanten von Komponenten

Einführung: Die neue Welt der Kunden-Touchpoints

Wenn früher von Kundenkontaktpunkten („Touchpoints“) die Rede war, ging es um eine begrenzte Zahl von Stellen mit persönlichem Kontakt, wie der Kasse in einem Geschäft oder der Rezeption in einem Hotel.

Dann begann die Revolution mit intelligenten Systemen und neuer Technik für Digital-Signage-Systeme, Kioskterminals, Point-of-Sale, Geld- und Verkaufsautomaten, intelligente Regalbeschilderung usw.

Plötzlich ist die Zahl der Kunden-Touchpoints, also der Stellen, die Unternehmen Gelegenheiten bieten, Kunden zu motivieren, Informationen zu vermitteln und Verkäufe zu initiieren, exponentiell gestiegen. Heute eignet sich praktisch jede Stelle als Touchpoint, an der intelligente, vernetzte Informationstechnik mit einem Prozessor und einem Bildschirm installiert werden kann. Selbst ein kleiner Einzelhändler kann zig Touchpoints haben. Bei einem großen Einzelhändler könnten es Zehntausende sein.

Um diese Touchpoints optimal einzusetzen, müssen die Unternehmen die passenden Informationen (d. h. Inhalte) zur rechten Zeit an der richtigen Stelle präsentieren.

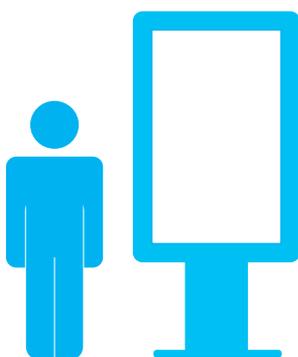
- Ein örtlicher Coffeeshop muss die Gäste über Änderungen der Öffnungszeiten informieren und möchte, dass Mitteilungen auf Beschilderungen und an der Kasse angezeigt werden.
- Ein Sportgeschäft möchte neue Schuhmode für Teenager präsentieren und dazu überall dort, wo sich Kunden im Geschäft sammeln, Marketingbotschaften anzeigen.
- Eine Universität möchte ihre Notfallprozeduren mittels eines Digital-Signage-Netzwerks, das bei Notfällen campusweit klare und prompte Anweisungen liefern kann, verbessern.

Damit solche und auch andere Anwendungsmodelle erfolgreich umgesetzt werden können, muss an der richtigen Stelle zur rechten Zeit die passende Information erscheinen. Das ist im Großen und Ganzen das, was Intel® Retail Client Manager leistet, eine Software für das Verwalten von Inhalten für Kunden-Touchpoints.

Inhaltsverzeichnis

Kurzübersicht	1
Einführung: Die neue Welt der Kunden-Touchpoints	1 - 2
Intel® Retail Client Manager (RCM) setzt Maßstäbe	2 - 3
Was ist Intel® Retail Client Manager?	3
Intel® RCM - Eigenschaften und Funktionen	4 - 5
Zehn Strategien für die Inhalte.	6 - 7
Content-Management in vertikalen Märkten	8 - 9
Positionierung von Intel® RCM	10
Intel® RCM und die Konkurrenz	11
Verkaufssituationen	12 - 13
Warum eine Lösung mit Intel-Technik?	13 - 14

WACHSENDE NACHFRAGE



▶ Intel erwartet, dass bis 2015 weltweit 22 Millionen Digital-Signage-Lösungen installiert sein werden.

Intel® RCM kommt mit praktisch allen Inhalten in beliebigen Formaten klar – Video, Fotos, Präsentationsfolien, Text, Grafikanimationen und vielem mehr. Die Software hat eine vertraute Oberfläche (für Benutzer mit wenig technischer Erfahrung konzipiert) und bietet viele Funktionen für die Auswahl von Inhalten und für die Planung, wo und wann sie wiedergegeben werden sollen. Intel® RCM arbeitet nahtlos mit anderen Intel-Lösungen, wie der Intel® AMT (für die Fernverwaltung und -wartung) und der Intel® AIM Suite (für die Erfassung von Kennzahlen bezüglich des Publikums) zusammen.

Fachhändlern bietet Intel® RCM großartige Möglichkeiten zur Leistungsverbesserung digitaler Touchpoints, was ihnen hilft, den Mehrwert, den sie ihren Kunden bieten, zu optimieren und langfristige Beziehungen aufzubauen, bei denen als Dienstleistung auch die laufende Gestaltung von Inhalten und deren Verwaltung eine Rolle spielen kann.

Intel® RCM ist als Plattform so ausgelegt, dass sie sich mit der zunehmenden Verbreitung und Entwicklung intelligenter Touchpoints weiterentwickeln kann. Mit der starken Verbreitung steigen auch die Anforderungen an die Verwaltung, den Schutz und die Bereitstellung entsprechender Inhalte. Intel® RCM bietet als ständig weiterentwickelte Lösung, auf die Sie bei der Umsetzung von Lösungen für die neue Welt des Marketings und der Kundenbegeisterung bauen können, robuste Content-Management-Funktionen und die Integration mit Lösungen für Fernverwaltung, Sicherheit und Analysen.

Stützen Sie sich beim Einstieg auf diesen Leitfaden und behalten Sie dabei Folgendes im Gedächtnis:

Stellen Sie sich auf ausführliche Erläuterungen ein: Ihren Kunden ist eventuell nicht bewusst, wie wichtig Content-Management, Fernverwaltung, Sicherheit und Analyse sind. Sie müssen sich gegebenenfalls die Zeit nehmen, sie über deren Bedeutung und die besonderen Vorzüge von Intel® RCM aufzuklären.

Orientieren Sie sich am Blickwinkel des Entscheiders: Der Nutzen, den Intel® RCM bietet, hat für verschiedene Gesprächspartner unterschiedliche Bedeutung. Der Käufer kann der Inhaber einer Firma, der Verkaufs- oder Marketingleiter oder der

Finanzchef sein – oder eine Person, die für alle diese Aufgaben zuständig ist. Es können speziell für die IT Verantwortliche beteiligt sein, was jedoch nicht unbedingt der Fall sein muss. Bereiten Sie sich darauf vor, Ihre Verkaufspräsentation an verschiedene kritische Themen anzupassen.

Vermitteln Sie den Nutzen: Content-Management, Fernverwaltung, Sicherheit und Analysefunktionen sind wichtige Faktoren für die Verkaufsförderung, die Kundenbegeisterung, den schnelleren Warenumschlag und vieles mehr. Sprechen Sie über den Nutzen und die Auswirkung auf das Geschäftsergebnis.

Intel® Retail Client Manager (Intel® RCM) setzt Maßstäbe

Digital-Signage-Systeme und andere digitale Touchpoints erreichen ein großes Publikum und bieten große Flexibilität, was die Darstellung von Content angeht.

- **Zielpublikum:** Intel erwartet, dass bis 2015 weltweit 22 Millionen Digital-Signage-Lösungen installiert sein werden.
- **Flexibilität:** Statt lange Zeit immer dasselbe Bild zu zeigen, wie dies bei gedruckten Plakaten und Schildern der Fall ist, kann Digital Signage die Darstellung so oft wechseln, wie man will.

Intel® RCM optimiert die Reichweite und Flexibilität der digitalen Touchpoints.

Gegenwärtig sind Hunderte von Content-Management-Systemen auf dem Markt. Und dies hat sich in der Vergangenheit als ein Problem erwiesen, das umfassendere Investitionen in neue Touchpoint-Technik verhindert hat. Die vielen Optionen haben Kunden und Fachhändler gleichermaßen im Hinblick darauf verunsichert, welche Lösungen die richtigen Funktionen bieten. Es herrschte Besorgnis darüber, möglicherweise eine CMS-Lösung von einer Firma zu wählen, die langfristig nicht überlebt. Auch gab es Bedenken, ob die vorhandenen Content-Management-Systeme auf Plattformen des Industriestandards funktionieren würden und wie hoch die Gesamtbetriebskosten wären.

Intel® Retail Client Manager löst diese und andere Probleme.

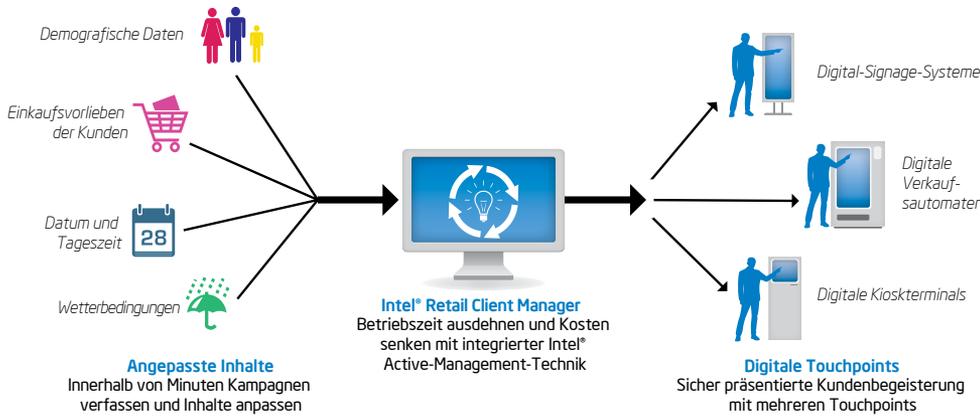


Abbildung 1: Mit Intel® Retail Client Manager können die Betreiber strategische und zielgerichtete Marketingkampagnen von beliebiger Stelle aus in Echtzeit dort planen und umsetzen, wo und wann es am nützlichsten ist. Content und Zeitplan lassen sich mühelos an Wetterbedingungen, Neigungen der Käufer, demografische Merkmale des Publikums etc. anpassen.

Der richtige Funktionsumfang: Intel® RCM ist dafür ausgelegt, die wichtigsten Aufgaben des Content-Managements zu erfüllen: Ordnen der Inhalte und zuverlässige, sichere Wiedergabe am passenden Ort, zur rechten Zeit und für das richtige Publikum.

Eine langfristige Lösung und robuste Plattform: Mit der von Intel gewohnten Zuverlässigkeit kann Intel® RCM weit mehr als nur Inhalte verwalten. Durch das Zusammenspiel mit Intel-Lösungen für die Fernverwaltung, die Sicherheit und die Publikumsanalyse bildet Intel® RCM eine umfassende Plattform, auf die sich Kunden und Fachhändler mit der Gewissheit einer langfristigen Verfügbarkeit stützen können, um die laufenden Aufgaben in puncto Marketing und Kundenservice zu erfüllen. Intel investiert kontinuierlich in die Erweiterung des Funktionsumfangs von Intel® RCM, um zentrale Aufgabenstellungen für das Marketing und die Steigerung der Kundenzufriedenheit zu berücksichtigen und die reibungslose Integration mit anderen Intel-Lösungen zu ermöglichen.

Industriestandard: Weil Intel® RCM für Intel-Plattformen optimiert ist, die in den wichtigsten Marktsegmenten, wie dem Einzelhandel, dem Gastgewerbe, dem Bildungsbereich usw. weit verbreitet sind, können die Kunden und der Fachhandel davon ausgehen, dass ein beständiges Netz für den Support und die Weiterentwicklung entsprechender Anwendungen zur Verfügung steht.

Kosteneffizienz: Intel® RCM ist kosteneffizient. Die Software bietet dem Kunden die Möglichkeit, Kosten besser abschätzen und managen zu können; dem Fachhändler bietet sie eine kontinuierliche Einnahmequelle mit dauerhaftem Kontakt zu seinem Kunden.

Was ist Intel® Retail Client Manager?

Heutzutage kann jedes vernetzte Gerät, das mit einem Bildschirm ausgestattet werden kann, zu einem Kunden-Touchpoint werden. Digital-Signage-Systeme, Kioskterminals, POS-Systeme, Geld- und Verkaufsautomaten, Beschilderungen an Verkaufsregalen, Menütafeln, Zapfsäulen – sie alle sind Teil einer neuen Welt von Kunden-Touchpoints. Die bei diesen Touchpoints präsentierten Inhalte können vielfältiger Natur sein:

- Ankündigungen
- Verkaufsförderungsaktionen
- Markenwerbung
- Anzeigen, einschließlich bezahlter Werbung
- Produktinformationen
- Wegweiser/Leitsysteme
- Hinweise für die öffentliche Sicherheit
- Zeitpläne
- Menüauswahl

Die Vielfalt möglicher Inhalte ist praktisch unbegrenzt.

Betrachtet man, wie viele unterschiedliche Inhalte möglich sind und wie viele Kunden-Touchpoints es selbst in kleinsten Unternehmen geben kann, dann wird schnell klar: Geeignete Hilfsmittel für das Verfassen und Verwalten dieser Inhalte sind heute unverzichtbar. Die Unternehmen müssen sicher sein können, dass den jeweiligen Personen zur rechten Zeit die passenden Inhalte gezeigt werden.

Intel® RCM auf einen Blick

Intel® Retail Client Manager ist eine Lösung für die Content-Bereitstellung und -Verwaltung:

- Managen eines breiten Spektrums von digitalen Content-Formaten, wie Video, Grafikanimationen, Folien (Dias), Fotos und vielen anderen
- Kosten sparen durch den Wegfall von Druck und Handhabung immer neuer Displays, Regalschilder, POS-Materialien, Preisschilder usw.
- Festlegung, wann Content in welcher Folge auf welchem Bildschirm für welche Zielgruppe erscheint
- Kategorisieren und Filtern von Bildschirmanzeigen nach Standort, Publikum oder anderen relevanten Daten bzw. Maßstäben
- Weniger Aufwand an Zeit und Ressourcen für das Entwerfen, Umsetzen und Verwalten von Kampagnen
- Echtzeitanpassung von Touchpoints an wechselnde Umstände, etwa bei Schwankungen des Fußgängerverkehrs, der demografischen Verteilung (z. B. weibliche Kunden morgens, männliche abends) oder des Wetters
- Bereitstellung von Kennzahlen (in Verbindung mit der Intel® AIM Suite) für das Publikum, das die Inhalte tatsächlich gesehen hat (wichtig für die Analyse von Werbemaßnahmen und geschäftlicher Rentabilität)
- Fernverwaltung, -wartung und -sicherung von Geräten (mit Intel® AMT3) erspart viele Vor-Ort-Einsätze
- Entfernen nicht mehr aktueller Inhalte
- Verwaltung von Sicherheitsvorkehrungen und Berechtigungen, die sicherstellen, dass nur autorisierte Inhalte gezeigt werden
- Einfache Anwendung aller dieser Funktionen, auch durch technisch nicht versiertes Personal

Merkmale und Features von Intel® RCM

Systemanforderungen

Intel® RCM läuft auf Systemen unter Windows 7, Windows 7 Embedded, Windows 8 oder Windows 8 Embedded.

Benutzerfreundlichkeit

Intel® RCM wurde für Anwender ohne technischen Hintergrund konzipiert; für das Content-Management ist keine IT-Abteilung erforderlich. Mitarbeiter ohne technische Vorbildung können mit Intel® RCM mühelos und sicher Inhalte für eine beliebige Zahl von Geräten verwalten. Alternativ kann diese Aufgabe auch ein Fachhändler als Dienstleistung übernehmen.

Skalierbarkeit

Intel® RCM ist für kleine einzelne Geschäfte mit ein oder zwei Touchpoints ebenso geeignet wie für große Einzelhandels-, Restaurant- oder andere nationale oder internationale Ketten mit Tausenden von digitalen Touchpoints. Mit Intel® RCM ist es möglich, diese Touchpoints fernzusteuern, sowohl was die gezeigten Inhalte anbelangt (per Intel® RCM) als auch zur Systemverwaltung und Wartung (durch Integration der Intel® AMT3).

Inhalte

Intel® RCM ermöglicht die Bereitstellung unzähliger Contents in beliebigen Formaten:

Werbekampagnen

Intel® RCM dient in erster Linie dem Zweck, zur rechten Zeit und an geeigneter Stelle den passenden Content bereitzustellen. Deshalb sind Kampagnen die Basis für Intel® RCM. Nach der Auswahl der Inhalte – Folien, Fotos, Video usw. – wird mit Intel® RCM festgelegt, wann diese Inhalte auf welchen Bildschirmen im Netzwerk erscheinen sollen. Um eine Kampagne zusammenzustellen und zu starten, braucht es lediglich diese drei Entscheidungen.

Auswahl des Publikums

Um die Entscheidung darüber, wo welche Inhalte erscheinen sollen, zu erleichtern, können mit Intel® RCM verschiedene Stellen bzw. Bildschirme in einem Netzwerk mithilfe von Kennzahlen wie der Zielgruppengröße, demografischen Daten oder geschäftsrelevanten Daten (zum Beispiel Produkte im Sonderangebot) kategorisiert und gefiltert werden. (Diese Daten kann die Intel® AIM Suite liefern.) Auf diese Weise ist es beispielsweise möglich, Endpunkte danach zu kategorisieren, ob das Publikum aus mehr männlichen als weiblichen oder eher jüngeren als älteren Menschen besteht oder ob das Angebot bestimmte Produkte oder Dienstleistungen umfasst. Kampagnen können so geplant werden, dass sie auf einem einzelnen Bildschirm oder einer Gruppe von Bildschirmen laufen (z. B. in einem bestimmten Geschäft oder Bereich eines Geschäfts) oder auf ausgewählten Bildschirmen in einer Vielzahl von Filialen.

Bildschirmzonen

Mit Intel® RCM lässt sich ein Bildschirm leicht in mehrere Zonen aufteilen, jede mit eigener Playliste. Nachdem die Bildschirmanzeige wunschgemäß aufgeteilt ist, können Medienelemente einfach per Drag-and-drop in die einzelnen Zonen gezogen werden. So kann z. B. ein Video in der einen Zone, Anzeigenwerbung in einer anderen und eine Website in einer dritten Zone angezeigt werden.

Zeitplanung

Mit Intel® RCM lassen sich bestimmte Zeiten für die Darstellung der jeweiligen Inhalte festlegen. Wahlweise können Zeiten für den Beginn und das Ende der Wiedergabe oder mit dem Planungsmodul anspruchsvollere Abläufe für Playlisten definiert werden.

Variationen in den Content-Zeitplänen sind außerdem mithilfe der folgenden Optionen möglich:

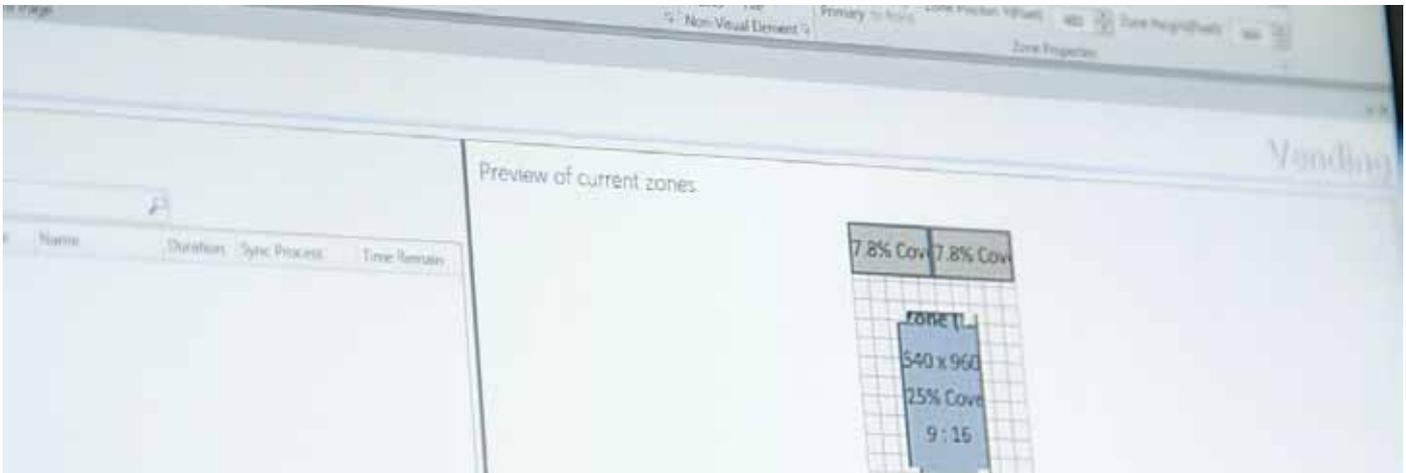
- Ticker und RSS-Feeds: Ticker (Feeds oder durchlaufende Meldungen) eignen sich hervorragend, um die Anzeige dynamischer zu gestalten. Dabei kann der Anwender bereits abrufbare RSS-Feeds oder eigene auswählen – einfach festlegen, wo und wann die Meldungen eingeblendet werden sollen und auf Veröffentlichen klicken.
- Pop-ups: Mittels Pop-ups können Anzeigen oder Ankündigungen hervorgehoben angezeigt werden, während im Hintergrund eine Kampagne nach Zeitplan abläuft.
- Pools: Mit Intel® RCM ist es möglich, Medienpools als Sammlungen zusammengehöriger Inhalte anzulegen (z. B. amüsante Tatsachen, interessante Verkaufsargumente), deren Anzeige zu bestimmten Zeiten eingeplant wird. Wenn der betreffenden Zeitpunkt gekommen ist, wird per Zufall ein Element des Pools ausgewählt.

Interaktivität

Intel® RCM unterstützt interaktive Prozesse durch „Auslöser“, die als Reaktion auf ein Ereignis die sofortige Unterbrechung einer Kampagne durch eine andere zulassen. Ein solches Ereignis kann zum Beispiel die Berührung eines Touchscreens durch einen Kunden sein, der bestimmte Informationen abrufen möchte. Weitere Auslöser könnten Daten von Sensoren bzw. Kameras sein, die das Geschlecht oder Alter eines Zuschauers erkennen können, um den gezeigten Content entsprechend anzupassen.

DATEITYP	DATEIFORMAT
Alle Standardbilder	*.BMP;*.JPG;*.GIF;*.JPEG;*.PNG
Shockwave/Flash	*.SWF;*.FLV – Hinweis: Eventuell muss zusätzliche Software installiert werden.
RSS-Feeds	
XML	
Webseiten	*.HTML;*.HTM;*.MHT
Videodateien	*.MPEG;*.AVI;*.ASF;*.ASX;*.WMV;*.MPG;*.MP4;*.MOV;*.MKV;*.M4V;*.M2V;*.3G2;*.3GP;*.MTS
Microsoft-PowerPoint*-Dateien	*.PPT;*.PPTX – Hinweis: Muss mit PowerPoint in .WMV oder .PNG umgewandelt werden.

Abbildung 2: Von Intel® RCM unterstützte Dateitypen und -formate



Bildschirmzonen in der Intel® RCM-Lösung ermöglichen es den Anwendern, Medien per Drag-and-drop den einzelnen Zonen zuzuordnen.

Leistungsmanagement

Intel® RCM verfügt über Funktionen zur Leistungsoptimierung von Systemen im Netzwerk:

- Für Netzwerke, in denen große Medien-dateien veröffentlicht werden, gibt es Lastverteilungstechniken für die Aufteilung der Auslastung auf mehrere Server, was eine bessere Lösung darstellt als FTP-Server oder die direkte Kommunikation über TCP.
- Intel® RCM kann die benötigte Bandbreite und die Serverauslastung durch ein „NodeServer“ genanntes Feature reduzieren. NodeServer verhält sich für eine Gruppe lokal vernetzter Player wie ein Proxyserver und sorgt dafür, dass es keine redundanten Downloads gibt. Es ist möglich, Dateien aus einem einzigen Abruf auf beliebig vielen Playern gemeinsam abzuspielen.

Systemverwaltung

Intel® RCM beinhaltet Funktionen für die Analyse der Systemleistung:

- Anzeige des vollständigen Verlaufs der Systemkonfiguration mit einem Klick: So bleiben Sie überall unterwegs oder an anderen Orten auf dem Laufenden.
- Intel® RCM unterhält Prüfprotokolle für alle Aktionen, aus denen hervorgeht, wer was wann getan hat.
- Intel® RCM verwendet das XML-Format, was einen problemlosen Export zu Berichtsplattformen und relationalen Datenbanken gestattet.

Sicherung von Touchpoints

Es können mehrere Benutzer festgelegt werden, die jede einzelne oder alle Kampagnen managen, wobei spezifische Aufgaben verschiedenen Benutzern zugeteilt werden können. Eine integrierte administrative Steuerung der Funktionen, auf die die einzelnen Benutzer Zugriff haben, trägt zu einem sicheren und formalisierten Ablauf bei.

Ein Netzwerk ist auch dann noch sicher, wenn unbefugte Benutzer Zugriff auf den Computer erlangen. Dreifache DES-Verschlüsselung, wie sie häufig von Banken und Regierungsbehörden angewendet wird, soll die Kommunikation für Hacker unlesbar machen.

Integration mit anderen Intel-Lösungen

Intel® RCM ist für Intel-Technik optimiert und lässt sich nahtlos mit anderen Intel-Lösungen wie der Intel® Active-Management-Technik (Intel® AMT)³ für die Fernverwaltung der Geräte und der Intel® AIM Suite für anonyme Videoanalyse, die zur Bewertung der Wirkung verschiedener Inhalte genutzt wird, integrieren.

Ferngesteuertes Verwalten, Sichern und Warten des Netzwerks: Intel® Active-Management-Technik (Intel® AMT): Intel® RCM und die Intel® AMT bieten zusammen die Tools, um die Betriebsbereitschaft und Effektivität von Touchpoints zu erhalten und Ausfallzeiten auf ein Minimum zu begrenzen³:

- Schnelles, kosteneffizientes Erkennen, Untersuchen und Instandsetzen problematischer Systeme aus der Ferne, sogar bei ausgefallenem Betriebssystem

- Ferngesteuertes Hoch- und Herunterfahren von Systemen, je nach Öffnungszeiten der einzelnen Geschäfte
- Ferninstallation von Softwareupdates und Sicherheitspatches
- Verwaltung der Zugangsberechtigungen für Benutzer

Einblick in das Verhalten der Käufer mit Intel® Audience Impression Metrics Suite (Intel® AIM Suite):

Durch die anonyme Messung, wie viel Zeit die Menschen mit der Betrachtung einer Bildschirmanzeige verbringen, kann Intel® RCM zusammen mit der Intel® AIM Suite dazu dienen, die Wirkung der Inhalte zu beurteilen. Mit ausgereiften Algorithmen ermöglicht es die Intel® AIM Suite den Unternehmen, Inhalte in Abhängigkeit vom Verhalten und von Merkmalen des Publikums gezielt anzupassen, um Einzelnen oder Menschengruppen die jeweils am besten geeignete Botschaft zu vermitteln. Die Intel® AIM Suite liefert Daten für eine Reihe wichtiger Kennzahlen:

- Anzahl der Betrachter an jedem Digital-Signage-System in Echtzeit
- Demografische Merkmale der Zuschauer (z. B. Altersgruppe und Geschlecht)
- Verweil- und durchschnittliche Betrachtungsdauer, auch in Abhängigkeit von Geschlecht, Alter und Tageszeit



Zwar wird die große Mehrheit der Bildschirme bei digitalen Touchpoints nur für die eigene Markendarstellung, eigene Werbeaktionen oder Informationszwecke genutzt (Inhalte beziehen sich nur auf den jeweiligen Standort), aber die Nutzung als Werbefläche nimmt zu.

Zehn Strategien für die Inhalte

Intel® RCM ist dafür ausgelegt, mit praktisch allen Arten von digitalen Inhalten, wie Video, Animationen oder einfachen Folien, zu arbeiten.

Eine wichtige Frage ist jedoch, worin das Ziel der Wiedergabe dieser Inhalte besteht. Was soll damit erreicht werden? In diesem Abschnitt behandeln wir zehn typische Content-Strategien. Ihr Kunde interessiert sich vielleicht nur für eine davon, eventuell aber auch für alle. Das wichtigste ist jedoch, überhaupt eine Strategie zu verfolgen, denn dies ist entscheidend dafür, die Rentabilität digitaler Touchpoints sicherzustellen.

1. Verkaufsförderung

Digital Signage und andere Touchpoints sind ein bewährtes Medium, um potenzielle Kunden für Produkte oder Dienstleistungen zu interessieren. Einzelhändler und andere Unternehmen können durch einen Wechsel der Anzeige nach Ablauf einer Minute, einer Stunde, eines Tages oder als Reaktion auf Wetterwechsel, demografische Schwankungen oder Verteilung bei den Passanten für ihre Produkte oder Dienstleistungen

werben. Digitale Touchpoints können mit Systemen für den Warenbestand gekoppelt werden, damit zum Beispiel in einem Lebensmittelgeschäft für Produkte, deren Haltbarkeitsfrist abläuft, auf der Beschilderung automatisch aktualisierte Preise angezeigt werden.

2. Informationsangebot

Ein weiteres bewährtes Anwendungsgebiet sind Informationen über bestimmte Orte, Veranstaltungen usw. für Besucher bzw. Kunden. Viele Hotels verwenden Digital-Signage-Systeme zur Anzeige ihres täglichen Terminplans für Tagungen, Veranstaltungen, Dienstleistungen und Vergnügungsangebote. Die Informationen können geschäftsfördernd sein oder einfach nur die Aufgaben oder den Zweck des Betriebs oder der Organisation begleiten, wenn beispielsweise ein Sportgeschäft über örtliche Schulmannschaften berichtet, in einem Festsaal Fotos früherer Abschlussbälle gezeigt werden, eine Klinik Gesundheitstipps präsentiert oder eine Religionsgemeinschaft die Zeiten für Gottesdienste und Lesungen ankündigt.

3. Wegleitsysteme

Digital-Signage-, Kiosk- und andere digitale Touchpoint-Systeme eignen sich ideal, um Menschen den Weg von A nach B zu zeigen. Die Hinweise können als statische Abbildungen erscheinen oder interaktiv umgesetzt sein, um Besucher individuell zu führen und auch gesuchte Attraktionen und Serviceangebote zu finden.

4. Zeitpläne

Es ist sinnvoller, immer aktuell über Meeting-, Abfahrts- bzw. Abflugs- und Ankunftszeiten, Programmtermine usw. zu informieren, als entsprechende Listen zu drucken oder gar handschriftlich zu verfassen.

5. Werbung

Zwar wird die große Mehrheit der Bildschirme bei digitalen Touchpoints nur für die eigene Markendarstellung, eigene Werbeaktionen oder Informationszwecke genutzt (Inhalte beziehen sich nur auf den jeweiligen Standort), aber die Nutzung als Werbefläche nimmt zu. Unternehmen bezahlen für das Schalten von Anzeigen für ihre Produkte oder Dienste auf Digital-Signage-Systemen ebenso, wie für die Werbung im Fernsehen, Hörfunk oder Internet. Inhaber der Standorte dieser Bildschirme können

derlei Werbung von Dritten als zusätzliche Einnahmequelle nutzen. Diese Art der Werbung in Digital-Signage-Netzwerken wird auch als „Placed-based Media“ oder „digitale Außenwerbung“ bezeichnet.

6. Atmosphäre/Unterhaltung

So unterschiedliche Betriebe wie Banken, Kliniken und Autowerkstätten möchten eventuell Digital-Signage-Systeme und andere Touchpoints nutzen, um eine unterhaltende, informative Ablenkung zu bieten, die eine kundenfreundliche Atmosphäre schafft und die empfundenen Wartezeiten verkürzt.

7. Menütafeln

Schnellrestaurants haben sich in der Vergangenheit besonders für eine spezielle Art von Digital-Signage-Systemen interessiert: Menütafeln, auf denen Gästen Speisenangebote, besondere Werbeaktionen, Nährwertangaben usw. übersichtlich dargeboten werden können. Durch das digitale Format können die Informationen leicht aktualisiert werden. Außerdem besteht die Möglichkeit, das Angebot tageszeitabhängig zu verändern und den Umsatz durch Cross- und Upselling zu steigern – ohne jegliche Druckkosten und Verzögerungen.

8. Elektronische Schilder an Verkaufsregalen

Lebensmittelgeschäfte waren Vorreiter bei der Einführung elektronischer Regalschilder – kleiner Bildschirmanzeigen an Verkaufsregalen, die automatisch aktualisiert werden können, sobald sich der Preis eines Produkts ändert, was den Aufwand an Zeit und Ressourcen für diese Aufgabe reduziert und die korrekte Preisauszeichnung verbessert.

9. Interne Kommunikation

Das Digital-Signage-Publikum muss nicht immer aus betriebsexternen Käufern oder Gästen bestehen. Digital Signage spielt auch für die betriebsinterne Kommunikation eine Rolle, zum Beispiel zur Anzeige von täglichen Routineaufgaben bei Betriebsbeginn und -ende oder für videobasierte Schulung bei der Einführung neuer Produkte.

10. Öffentliche Sicherheit

Digital Signage wird auch für Mitteilungen an die Öffentlichkeit und Alarmhinweise eingesetzt, z. B. für akustischen Feueralarm und Evakuierungsanweisungen oder als Unterstützung bei der Suche nach einem vermissten Kind.



Content-Management in vertikalen Märkten

Die folgende Übersicht verdeutlicht, welche Arten von Content in verschiedenen vertikalen Märkten gebraucht werden:



Einzelhandel

- Werbung für Produkte und Dienstleistungen zur Umsatzsteigerung
- Verstärkung der Markenpräsenz und Verbesserung der Kundenzufriedenheit und des Erscheinungsbilds eines Geschäfts, Bereitstellen unterhaltender Inhalte in Verbindung mit markenspezifischen Mitteilungen
- Reduzierung der Kosten und der Verzögerungen bei Drucksachen
- Information der Kunden über neue Produktreihen oder Änderungen der Öffnungszeiten
- Präsentation von Produkten, die zum Verkauf angeboten werden, aber eventuell nicht im Geschäft lagern
- Analyse des Kundenverhaltens, demografische Analysen, Erfassen genauer Kundenzahlen
- Personalisierung der Verkaufspraxis, d. h., Möglichkeiten für die Wieder- und Anerkennung wiederkehrender Kunden schaffen
- Beschilderung von Verkaufsregalen für Preisaktualisierungen, Verbindung zum Lagerbestand
- Präsentation von Videos, die den Umgang mit Produkten und Diensten zeigen
- Werbung für Produkte Dritter als Einnahmequelle
- Anzeige interner Mitteilungen über Schulungen, optische Personensuche, Notfallalarm



Gastronomie

- Begrüßung der Gäste
- Information über Versammlungen/Dienstleistungen
- Wegweiser/Leitsysteme, Anzeige von Nachrichten, Wetter, örtlichen Attraktionen
- Werbung für Produkte und Dienstleistungen, die mit dem Schauplatz in Verbindung stehen

- Werbung für Produkte Dritter
- Angebot relevanter Informationen, wenn Gäste sie benötigen, oder Unterhaltung während des Wartens
- Reduzierung der Kosten und der Verzögerungen bei Drucksachen
- Schaffung eines Ambiente, das eine Anlage auf dem aktuellen Stand der Technik vermittelt



Unterhaltung/Kasino

- Werbung für Spieloptionen, Unterhaltung, Shopping, Restaurants und Lounges
- Verwendung als Wegweiser/Leitsysteme
- Aktuelle Information über Unterhaltungsangebote
- Verwendung als Menütafeln
- Wiedergabe vorhandener Fernsehspots/High-End-Grafikanimationen, Vertiefung von Werbebotschaften und Schaffen eines Ambiente, das zu einer Gaming-Umgebung passt
- Reduzierung der Kosten und der Verzögerungen bei Drucksachen
- Werbung für Produkte Dritter



Lebensmittelhandel

- Werbung für Produkte und Dienstleistungen
- Mit Demos eine Atmosphäre schaffen, die den Verkauf stimuliert
- Verwendung elektronischer Regalbeschilderung für die Aktualisierung von Preisen, die Anzeige von Preisnachlässen für ablaufende Produkte oder Werbung für Produktkombinationen
- Erfassen demografischer Daten (z. B. ältere Käufer in den Morgenstunden, Männer abends/an Wochenenden) und genaue Zählung der Kunden
- Personalisierung der Verkaufspraxis, Möglichkeit der Einbindung von Kundenkarten
- Werbung für Produkte Dritter als Einnahmequelle
- Anzeige interner Mitteilungen über Schulungen, optische Personensuche, Notfallalarm
- Nutzenmaximierung der Ausgaben für kooperatives Marketing



Lebensmittelgeschäfte/ Tankstellen

- Werbung während des Tankens
- Schnelles Erregen der Aufmerksamkeit eiliger Käufer
- Optimale Nutzung der paar Minuten, die sich der Kunde im Shop aufhält, für Cross- und Upselling und zur Anregung von Impulskäufen
- Umsetzung eines modernen, aktualisierten Erscheinungsbilds, das Reisende bzw. Gelegenheitskäufer anspricht
- Präsentation verderblicher Waren für den Verkauf, bevor sie entsorgt werden müssten
- Nutzenmaximierung der Ausgaben für kooperatives Marketing



Einzelhandel/ Bekleidung

- Werbung für Produkte und Dienstleistungen zur Umsatzsteigerung
- Reduzierung der Kosten und der Verzögerungen bei Drucksachen
- Informationen und Möglichkeiten zur Interaktion bereitstellen, die das Kundengagement verstärken, Präsentationen an der Verkaufstheke
- Präsentation von Produkten, die zum Verkauf angeboten werden, aber eventuell nicht im Geschäft lagern
- Analyse des Kundenverhaltens, Erfassen demografischer Merkmale und genauer Kundenzahlen
- Personalisierung der Verkaufspraxis, Möglichkeit der Einbindung von Kundenkarten
- Videopräsentation von Kleidungsstücken, die kombiniert mit anderen getragen werden
- Anzeige interner Mitteilungen über Schulungen, optische Personensuche, Notfallalarm



Bankwesen

- Bewerben/Vermarkten neuer Angebote/Dienstleistungen
- Geringere Kosten und schnellere Aktualisierung bei sich ändernden Zinsen oder Finanzoptionen



- Atmosphäre schaffen, empfundene Wartezeiten verkürzen, aktualisierte Finanzdaten bereitstellen
- Durch Präsentation von Storys über persönliche Auswirkungen von Finanzdienstleistungen eine emotionale Verbindung zu Kunden herstellen
- Analyse der Nutzungsmuster von Bankkunden, gezielte Mitteilungen an bestimmte Gruppen
- Verwendung interaktiver Touchscreens für Funktionen, für die zuvor ein Bankangestellter zuständig war
- Einsatz von Displays, die mit Telekonferenzfunktionen ausgestattet sind, um Kunden mit nicht vor Ort anwesenden Experten zu verbinden
- Schulung von Bankangestellten, was die persönliche Anwesenheit von Schulungsleitern in den einzelnen Filialen überflüssig macht



Konzerne

- Darstellung von Wegweisern/Leitsystemen/aktualisierten Verzeichnissen
- Mit aktuellen Nachrichten in Aufzügen und Wartebereichen ein attraktives Ambiente schaffen
- Anzeige interner Mitteilungen, Personensuchen, Notfallalarme

- Menütafeln (z. B. in der Cafeteria)
- Werbung für Produkte Dritter
- Motivation des Personals auf direkte, unterhaltsame Art
- Reduzierung von Druck- und Verteilungskosten



Bildungswesen

- Anzeige interner Mitteilungen, Personensuchen, Notfallalarme
- Verwendung als Wegweiser/Leitsysteme
- Anzeige von Unterrichtsplänen, Infos über Veranstaltungen
- Anzeige von Nachrichten, Wetterberichten
- Werbung für Produkte und Dienstleistungen als zusätzliche Einnahmequelle
- Intensivierung der Teilnahme von Lernenden an Aktivitäten der Bildungseinrichtung
- Senken der Druck- und Verteilungskosten und weniger Durcheinander bei Anschlägen am schwarzen Brett



Gesundheitswesen/ Freiberufler

- Schaffung einer interessanten Atmosphäre, die die empfundenen Wartezeiten verkürzt

- Aufklärung von Patienten über Gesundheitsprobleme
- Verwendung als Wegweiser/Leitsysteme
- Werbung für pharmazeutische Produkte von Dritten und angeschlossene Gesundheitsdienstleister
- Anzeige interner Mitteilungen für Personensuchen, Notfallalarme (z. B. in Kliniken)



Öffentliche Verwaltung/ Behörden

- Modernisierung von Kommunikationskanälen
- Gemeinden mit wichtigen Informationen auf dem Laufenden halten
- Verjüngung von traditionell in Regierungsbehörden eingesetzten Kommunikationsmitteln
- Verkürzung der subjektiv empfundenen Aufenthaltsdauer durch unterhaltende und informative Inhalte, die wartenden Bürgern in Ämtern und Abteilungen gezeigt werden

Positionierung von Intel® RCM

Im Wesentlichen handelt es sich bei Digital Signage und anderen digitalen Touchpoints um eine Möglichkeit, kreative Inhalte zu präsentieren – das, was Menschen beim Betrachten eines Bildschirms sehen.

Eine gut durchdachte, langfristig angelegte Content-Strategie ist deshalb absolut wichtig, wenn Digital Signage und andere Touchpoints von Nutzen sein sollen. An diesem Punkt kommt ein leistungsstarkes Content-Management-System wie Intel® RCM ins Spiel.

Dies sind die Faktoren, die Sie unbedingt im Sinn haben sollten, wenn Sie Ihren Kunden Intel® RCM vorstellen:

Aufklären

Wenn Sie diesen Leitfaden gelesen haben, wissen Sie, wie wichtig ein Content-Management-System wie Intel® RCM ist. „Content“ erscheint für SIE jetzt als einer der wichtigsten Punkte, aber nicht notwendigerweise für IHREN KUNDEN. Sie müssen sich dessen bewusst und darauf vorbereitet sein, Interessenten über die bedeutende Rolle, die Intel® RCM spielen wird, aufzuklären.

Spezifische Problemstellungen verstehen

In jedem Unternehmen gibt es Probleme und auch bestimmte Gegebenheiten, die einer Lösung dieser Probleme entgegenstehen. In vielen Fällen sind dies branchenspezifische Probleme.

Weil Intel® RCM für Intel-Plattformen optimiert ist, die in den wichtigsten Marktsegmenten, wie dem Einzelhandel, dem Gastgewerbe, dem Bildungsbereich usw. weit verbreitet sind, können die Kunden und der Fachhandel davon ausgehen, dass ein beständiges Netz für den Support und die Weiterentwicklung entsprechender Anwendungen zur Verfügung steht.

Bevor Sie überhaupt damit beginnen, über Intel® RCM und dessen Rolle zu sprechen, sollten Sie sichergehen, die Probleme Ihres Kunden und deren Ursachen zu verstehen. Dann erst können Sie den möglichen Nutzen von Intel® RCM richtig einordnen.

Typische Probleme sind:

- Nicht ausreichende Umsatz-, Kunden-, Gäste-, Teilnehmerzahlen
- Nicht genügend viele Kunden oder Umsätze mit hohen Gewinnspannen usw.
- Nicht ausreichend viele wiederkehrende Kunden
- Verschwendete Vorräte
- Hohe Kosten für Marketing oder Preismanagement

Typische Ursachen für diese Probleme:

- Marketing und Kommunikation sind ungeordnet bzw. schlecht organisiert; niemand hat die Zeit oder die Ressourcen zur Verbesserung der Effizienz.
- Es gibt keine einfache Möglichkeit, Produkte hervorzuheben, deren Haltbarkeit abläuft.
- Beschilderung und Poster werden wegen des Zeitaufwands und der Kosten unregelmäßig aktualisiert.

Entwickeln Sie Verständnis für die Probleme und – noch wichtiger – für die Ursachen und stellen Sie dann die Zusammenhänge her: Zeigen Sie, wie Ihre Lösung diese Ursachen beseitigen kann und welchen Nutzen sie bietet.

Den Nutzen vermitteln

Wenn Sie über den Wert von Inhalten und digitalen Touchpoints sprechen und auf die branchenspezifischen Probleme des Kunden und deren Ursachen eingehen, dann müssen Sie auch darauf vorbereitet sein, den Nutzen überzeugend zu vermitteln.

Stellen Sie sich darauf ein, welche Vorteile der Einsatz von Intel® RCM bringen kann:

- Höhere Erträge
- Niedrigere Kosten bzw. höhere Effizienz
- Besserer Kundenservice
- Verstärkung des Kundenengagements

Auf Kaufkriterien kleiner und mittlerer Unternehmen eingehen

KMU sind bei der Anschaffung von Informationstechnik sehr vorsichtig. Sie müssen die spezifischen KMU-Kaufkriterien berücksichtigen, um erfolgreich zu sein. Achten Sie darauf, bei jeglicher Verkaufspräsentation die folgenden Punkte mit einzubeziehen:

Gesamtbetriebskosten: Bei den Ausgaben für neue Technik haben kleine und mittlere Unternehmen die reinen Anschaffungskosten im Blick. Allerdings werden zunehmend auch die Gesamtbetriebskosten und damit neben den Anschaffungs- auch die Installations-, Betriebs- und Wartungskosten berücksichtigt, üblicherweise bezogen auf einen Fünfjahreszeitraum. Der Preis von Intel® RCM sichert hervorragende Rentabilität.

Einfache Systemverwaltung: Einer der wichtigsten Punkte ist für alle KMU der möglichst geringe Verwaltungsaufwand für die Lösung; das betrifft die Aktualisierung der Inhalte und die Aufgabe der Systemverwaltung. Betonen Sie, wie Intel® RCM dafür entwickelt wurde, die laufende Verwaltung zu vereinfachen, zum Beispiel mit der benutzerfreundlichen Oberfläche und dem Zusammenspiel mit der Intel® AMT. Denken Sie daran, dass die Ressourcen kleiner und mittlerer Unternehmen eng begrenzt sind und die Mitarbeiterfluktuation stark sein kann. Die einfache Handhabung ist ein entscheidender Punkt.

Compliance: Vorschriften und gesetzliche Anforderungen haben für kleine und mittlere Betriebe große Bedeutung, weil ihnen trotz knapper Mittel Rechnung getragen werden muss. Restaurants müssen unter Umständen Nährwertangaben machen. Jedes Unternehmen, das bargeldlose Zahlung akzeptiert, muss auf mögliche Betrügereien gefasst sein. In vielen Branchen ist die Anzeige von Notfallinformationen Pflicht. Intel® RCM kann helfen, diese Aufgaben kosteneffektiv zu bewerkstelligen.

Kapazität/Skalierbarkeit: Kleine und mittlere Unternehmen wollen Lösungen, die auf ihre Anforderungen zugeschnitten sind. Es geht um Lösungen, die ohne umfangreiche Neuinvestition oder die Notwendigkeit, Vorhandenes über Bord zu werfen, problemlos



Abbildung 3: Intel® RCM kann in Verbindung mit der Intel® AIM Suite dazu verwendet werden, den Content abhängig vom Verhalten und von den Merkmalen des Publikums maßzuschneidern.

erweiterbar sind. Die Preisgestaltung vom Intel® RCM erlaubt die einfache Erweiterung von einem einzelnen Touchpoint auf tausend und mehr Geräte.

Intel® RCM und die Konkurrenz

Content-Management-Software wird von hunderten Firmen angeboten. Zu den bekannteren zählen BrightSign, BroadSign, Nexus (Cisco), Scala und SignageLive. Diese Firmen haben sich in vielen vertikalen Märkten etabliert (Einzelhandel, Verkehr, Gastgewerbe). Dazu kommt eine Vielzahl kleinerer Anbieter, die sich auf ein oder zwei Nischenmärkte konzentrieren.

Es ist wahrscheinlich, dass Ihnen Systeme dieser Mitbewerber bei Ihrer Marketing- und Verkaufstätigkeit begegnen. Dann ist es wichtig, nicht die einzelnen Features von Intel® RCM und anderen Lösungen miteinander zu vergleichen. Die Kunden mögen zwar danach fragen, aber im Endeffekt wird dadurch die Verwirrung nur verstärkt und unwichtige, unnütze Details erschweren die richtige Entscheidung.

Sollten Kunden nach einer bestimmten Bewertung im Rahmen eines Vergleichs fragen, reagieren Sie darauf, indem Sie einerseits versuchen, bei der Diskussion die Ziele des Kunden und die Features von Intel® RCM, die zur Erreichung dieser Ziele am wichtigsten sind, in den Brennpunkt zu stellen und andererseits die wichtigsten Verkaufsargumente für Intel® RCM hervorzuheben:

Der richtige Funktionsumfang: Intel® RCM ist dafür ausgelegt, die wichtigsten Aufgaben des Content-Managements zu erfüllen: Ordnen der Inhalte und zuverlässige, sichere Wiedergabe am passenden Ort, zur rechten Zeit und für das richtige Publikum.

Eine langfristige Lösung und robuste Plattform: Mit der von Intel gewohnten Zuverlässigkeit kann Intel® RCM weit mehr als nur Inhalte verwalten. Durch das Zusammenspiel mit Intel-Lösungen für die Fernverwaltung, die Sicherheit und die Publikumsanalyse bildet Intel® RCM eine umfassende Plattform, auf die sich Kunden und Fachhändler stützen können, um die laufenden Aufgaben in puncto Marketing und Kundenservice zu erfüllen. Intel wird kontinuierlich in die weitere Entwicklung von Intel® RCM als Lösung für zentrale Aufgaben des Marketings und die Steigerung der Kundenzufriedenheit investieren, die sich reibungslos mit anderen Intel-Lösungen integrieren lässt.

Industriestandard: Weil Intel® RCM für Intel-Plattformen optimiert ist, die in den wichtigsten Marktsegmenten, wie dem Einzelhandel, dem Gastgewerbe, dem Bildungsbereich usw. weit verbreitet sind, können die Kunden und der Fachhandel davon ausgehen, dass ein beständiges Netz für den Support und die Weiterentwicklung entsprechender Anwendungen zur Verfügung steht.

Denken Sie auch an diese Unterscheidungsmerkmale:

Unkomplizierte, intuitive Benutzeroberfläche: Intel® RCM wurde mit Blick auf technisch nicht versierte Benutzer entwickelt und wird jedem, der sich mit weitverbreiteten PC-Softwareprogrammen auskennt, schnell vertraut sein. Viele etablierte Konkurrenzprodukte haben komplizierte, herstellereigenspezifische Benutzeroberflächen, für die eingehende Schulung erforderlich ist.

Zugriffsrechte auf Benutzerebene: Intel® RCM macht es einfach, unterschiedlichen Benutzern bestimmte Aufgaben zuzuweisen. Eine integrierte administrative Steuerung der Funktionen, auf die die einzelnen Benutzer Zugriff haben, trägt zu einem sicheren und formalisierten Ablauf bei. Bei vielen Konkurrenzprodukten fehlt diese detaillierte administrative Steuerung.

Skalierbarkeit: Intel® RCM lässt sich vom einzelnen Touchpoint bis zu tausenden Systemen skalieren und eignet sich damit für kleinste Unternehmen ebenso wie für große Einzelhandels- oder Gaststättenketten. Viele Konkurrenzprodukte sind in erster Linie für sehr große oder sehr kleine Betriebe konzipiert, aber nicht für beide.



Verkaufssituationen

Beim Verkauf von Lösungen mit Intel® RCM werden Sie in Kontakt mit sehr unterschiedlichen Kunden kommen. Dies können Betriebe ohne jegliche bisher installierte Lösung sein, die keine ausreichenden Vorkenntnisse haben, oder auch Kunden, die mit ihren Lösungen nicht glücklich sind oder die ihre bestehende Lösung auf den neuesten Stand bringen oder erweitern wollen.

Im Folgenden betrachten wir diese Szenarien genauer und wie Sie auf diese eingehen können:

Situation 1: Kunde, dem digitale Touchpoints neu sind

Ein Kunde, dem das Konzept digitaler Touchpoints (also Digital Signage, POS-Systeme, Kioskterminals usw.) völlig neu ist, kann der Thematik neutral, unentschlossen oder möglicherweise negativ gegenüberstehen. Bei solchen Kunden sollten Sie nachfragen, um ein Verständnis für den möglichen Nutzen dieser Lösungen zu entwickeln, und die Kunden dann über die unterschiedlichen Funktionen für den Geschäftsbetrieb aufklären.

Mit Fragen wie den folgenden könnten Sie das Gespräch beginnen:

- Wie vermitteln Sie Ihren Kunden in Ihren Räumlichkeiten bisher Marketing- und Verkaufsinformationen (Schilder, Poster, Flyer, Regalschilder)? Wie hoch sind Ihre Kosten für dieses Werbematerial?
- Sind Sie der Meinung, dass die Art und Weise, wie Sie gegenwärtig Marketing- und Verkaufsinformationen anbieten, effektiv ist? Erreichen Sie die Kunden? Steigt der Umsatz? Entsteht so eine effektive Einkaufsatmosphäre?
- Wäre es für Ihr Geschäft hilfreich, wenn Sie Ihre Marketinginformationen im Verkaufsraum mühelos wöchentlich, täglich oder stündlich wechseln könnten? Wäre es für Sie von Vorteil, ermitteln zu können, wie diese Informationen bei Ihren Kunden ankommen, zum Beispiel anhand von Zählungen, welche Altersgruppen sich wofür interessiert haben und ob es Frauen oder Männer waren? Wie viele Personen sich zu bestimmten Zeiten tatsächlich in Ihrem Geschäft aufhalten? Oder wie lange sich Menschen in bestimmten Bereichen Ihres Geschäfts aufhalten?

Situation 2: Kunde verwendet bereits Touchpoints, ist aber nicht rundum zufrieden damit

Sehr wahrscheinlich begegnen Sie auch Kunden, die momentan digitale Touchpoints

im Einsatz haben, aber nicht ganz zufrieden damit sind. Der einzelne Kunde hat den erwarteten Zuwachs bei den Verkäufen oder die angenommene Verstärkung des Kundenengagements eventuell nicht erzielt. Es kann auch sein, dass der Kunde wegen der laufenden Verwaltungskosten, der fehlenden Möglichkeit zur Koordinierung der Inhalte oder ähnlichem frustriert ist. Oder das Geschäft des Kunden hat sich so entwickelt, dass die gegenwärtige Technik ineffektiv wurde und Unsicherheit darüber besteht, wie die Lösung upgedatet werden kann.

Bei solchen Kunden ist es wichtig nachzufragen, um den eigentlichen Grund des Problems zu verstehen, weshalb der Kunde seine Ziele nicht erreicht.

- Welches sind Ihre wichtigsten Zielsetzungen (z. B. mehr Kunden anziehen, Umsatz pro Kunde erhöhen, Lagerkosten senken)? Auf welche Weise hätten diese Lösungen Ihrer Meinung nach diese Ziele unterstützen sollen? Inwiefern haben sie Ihre Erwartungen erfüllt oder versagt?
- Wie verändert sich Ihr Geschäft gegenwärtig? Wie haben sich Ihre Ziele entwickelt? Welches sind die wichtigsten Trends, Wettbewerbsfaktoren und geschäftlichen Bedingungen, die Sie betreffen?

- Welche betrieblichen Anforderungen haben Sie vor die größten Probleme gestellt? Inhalte verfassen und veröffentlichen? Die Lösungen verwalten und warten? Ihren tatsächlichen Nutzen im Hinblick auf die Verkaufsförderung und die Verbesserung der Kundenzufriedenheit ermitteln?

Situation 3: Zufriedener Kunde, der seine bisherige Lösung ausbauen möchte

Vor Ihnen steht unter Umständen ein Kunde, der bereits digitale Touchpoints hat und diese Lösung nun erweitern oder ausbauen möchte. Der Grund dafür könnte eine Veränderung oder Expansion seines Geschäfts sein. Oder der Kunde interessiert sich für bestimmte Funktionsmerkmale oder Möglichkeiten. Vielleicht ist die bisherige Lösung aber auch nur veraltet und ein umfassenderes Update steht an.

Bei diesen Kunden ist es wichtig, durch Sondierungsfragen zu erkennen, was genau die gegenwärtigen Defizite sind: Inwiefern entspricht die vorhandene Lösung nicht den aktuellen Anforderungen? Gehen Sie dann auf die zukünftige Ausrichtung des Unternehmens ein und legen Sie die besten Methoden für den weiteren Ausbau der gegenwärtigen Lösung im Hinblick auf die gestellten Anforderungen dar. Da es sich hier vermutlich um eine Upselling-Situation handelt, können Sie die Gelegenheit nutzen und neue Funktionsmerkmale ins Spiel bringen, die dem Kunden möglicherweise noch nicht bekannt sind, zum Beispiel die unkomplizierten und wirkungsvollen Verwaltungstools für Kampagnen von Intel® RCM, die Out-of-Band-Fernverwaltungsfunktionen der Intel® AMT3 und die mit der Intel® AIM Suite mögliche Publikumsanalyse.

- Wie setzen Sie Ihre Lösung momentan ein? Können Sie beschreiben, inwiefern sie Ihre Erwartungen erfüllt, übertroffen oder nicht erfüllt hat?
- Wie verändert sich Ihr Geschäft gegenwärtig? Wie entwickeln sich Ihre Ziele? Welches sind die wichtigsten Trends, Wettbewerbsfaktoren und geschäftlichen Bedingungen, die Sie betreffen?
- Moderne Lösungen bieten viele neue Funktionen. Sagen Sie mir, welche Anforderungen des laufenden Betriebs Ihnen

die größten Probleme gemacht haben, damit ich sehe, welche Funktionsmerkmale am besten zu Ihrem Bedarf passen.

- Content: Welche Art von Content präsentieren Sie im Allgemeinen und welche Inhalte würden Sie gerne darstellen?
- Verwaltung: Wie verwalten und warten Sie Ihre Lösungen momentan? Welche Funktionen sind ferngesteuert möglich? Was ist, wenn das Betriebssystem eines Geräts ausfällt, kann es aus der Ferne instandgesetzt werden?
- Analyse: Erfassen Sie irgendwelche Analysedaten darüber, wer sich wann und wie lange Ihre präsentierten Inhalte anschaut? Wären Ihnen derartige Daten bei der Werbung, der Vermarktung, der Verbesserung des Kundenservice usw. nützlich?

Warum eine Lösung mit Intel-Technik?

Kleine und mittlere Unternehmen wollen Lösungen, die ihrer Vorstellung von der zukünftigen Interaktion mit Kunden entsprechen und die sich mühelos einrichten, verwalten und warten lassen. Sie brauchen Lösungen, die jetzt und in Zukunft flexibel an Wachstum und eine Vergrößerung anpassbar sind. Intel sieht seine Aufgabe darin, diesen Anforderungen zu entsprechen und die Bereitstellung flexibler, skalierbarer IT-Lösungen zu fördern.

Die Intel-Architektur unterstützt die nahtlose Integration aller Prozesse und Anwendungen im gesamten Unternehmen. Die gemeinsame Hardwareplattform bietet unvergleichliche Skalierbarkeit und ermöglicht die Implementierung aller möglichen Systeme, von der kleinsten Digital-Signage-Lösung bis zur ausgereiften Back-End-Infrastruktur für die Bestandsverwaltung. KMU wollen sich nicht mit der Integration herstellerspezifischer Systeme verzetteln und danach suchen müssen, welche Lösungen mit anderen zusammenarbeiten. Mit Intel entsteht diese Problematik gar nicht.

Alle aktuellen Intel-Prozessoren basieren auf einer Multicore-Architektur und bieten den Vorteil einer gemeinsamen Programmiersprachenumgebung, die es den Entwicklern gestattet, ihre Systeme mühelos in bestehende Infrastrukturen zu integrieren. Das Resultat ist eine Kom-

plettlösung mit wenig Designproblemen. Die Möglichkeit, Anwendungen für alle Intel-Prozessoren zu portieren, schafft die Flexibilität für die reibungslose Integration von Geräten, Anwendungen und Prozessen. Die Zeit- und Kosteneinsparungen bei der Implementierung von Lösungen mit Intel-Technik können erheblich sein.

Intel stellt Lösungen bereit, die für optimale Verwaltbarkeit und Informationssicherheit konzipiert sind.

Anders gesagt: Mit der Intel-Architektur lassen sich die größten aktuellen Herausforderungen für kleine und mittlere Unternehmen meistern. Wird bei allen Geräten und der Infrastruktur die Intel-Architektur zugrunde gelegt, dann entsteht ein solides Fundament für integrierte Funktionalität, die den Kundenservice verbessert, die Kosten verringert und den Umsatz erhöht.

Technik, die Intels Nutzenversprechen stützt

Das Intel® Intelligent-Systems-Framework (Intel® ISF) stellt einen allgemeinen Rahmen für Lösungen bereit, die eine einfache Vernetzung, Verwaltung und Sicherung von Geräten sicherstellen, wobei die zentralen, flexibel kombinierbaren Bestandteile spezifiziert werden:

- Intel-Prozessorplattformen (Intel® Atom™, Intel® Core™ und Intel® Xeon® Prozessoren) und die mit ihnen verbundene Technik, wie Intel® vPro™ und Intel® TXT sowie eine Reihe von I/O-Funktionen für die flexible Datenkommunikation
- Betriebssysteme: Microsoft* Windows*, Wind River* Linux* und Wind River* VxWorks*
- Sicherheitssoftware: McAfee* Embedded Control* und McAfee* Deep Defender*
- Fernverwaltungsfunktionen, die von Managementkonsolen anderer Anbieter genutzt werden können

Neben der Festlegung zentraler Funktionsmerkmale stellt Intel die Kompatibilität konformer Lösungen sicher und zertifiziert Lösungen von Mitgliedern der Intel® Intelligent Systems Alliance. Weiterhin arbeitet Intel mit Systemherstellern, unabhängigen Softwareherstellern (ISVs) und Systemintegratoren zusammen, um Cloud-to-Device-Dienste zu entwickeln, die auf dem Framework aufbauen.

Darüber hinausgehend hat Intel eine Reihe von Techniken entwickelt, die speziell darauf abzielen, KMU und größeren Unternehmen die Implementierung von Lösungen in den Bereichen Digital Signage, digitale Sicherheits- und Überwachungstechnik, Point of Sale, Datenspeicher und Back-Office-Vernetzung zu erleichtern:

Intel® Active-Management-Technik: Im Vergleich zu einer persönlichen Vor-Ort-Wartung spart die Fernverwaltung jede Menge Zeit und Geld. Jedes Gerät im Netzwerk kann überwacht und kontrolliert werden, wobei die Erfassung und Gegenprüfung von Systemdaten sowohl Aufschluss über die Leistung des Netzwerks insgesamt als auch über spezielle Probleme mit Fehlfunktionen einzelner Bestandteile gibt. Für viele IT-Anbieter ist das Angebot der Fernverwaltung von Digital-Signage-Netzwerken eine Gelegenheit, mit einem Mehrwertdienst erhebliche Einnahmen zu erzielen.

Mit integrierten Plattformfunktionen und der Einbindung in verbreitete Management- und Sicherheitsanwendungen anderer Anbieter ermöglicht es die Intel® Active-Management-Technik (Intel® AMT), vernetzte „Visual-Retail“-Lösungen zu erfassen, in stand zu setzen und zu schützen.³ Die Komponenten der Einrichtung können aus der Ferne untersucht und wieder betriebsbereit gemacht werden, was letzten

Endes die IT-Supportkosten senkt. Digital-Signage-Systeme können automatisch oder ferngesteuert gestartet und heruntergefahren werden, um Energie zu sparen. Die Intel® AMT ist ein Merkmal von Intel® Core™ Prozessoren mit Intel® vPro™ Technik und von Plattformen mit bestimmten Intel® Xeon® Prozessoren.

Intel® HD-Grafik: Leistungsfähige Grafikverarbeitung ist für erfolgreiche Digital-Signage-Lösungen grundlegend. Ab der zweiten Generation der Intel® Core™ Prozessoren ist ein Grafikprozessor integriert, der dem System den nötigen Extraschub für das Rendern von Videos und Grafikanimationen auf höchstmöglichem Niveau verschafft und auch anderen Aufgaben wie der Zuschaueranalyse dient. Mit der Intel® Iris™ Grafik in Intel® Core™ Prozessoren der vierten Generation erhöht sich die Leistung im Vergleich zur Intel-Grafik der vorigen Generation deutlich, was das Rendern beschleunigt und komplexere Schattierung ermöglicht.⁴

Intel® Audience Impression Metric Analytics: Einen Kamerasensor – das kann auch eine einfache Webcam sein – an ein Digital-Signage-System anzuschließen und die Intel® AIM-Software (Audience Impression Metric) auf einen verbundenen PC zu laden, ist alles, was ein kleiner oder mittelgroßer Betrieb braucht, um hochentwickelte anonyme Zuschaueranalysen zu erhalten.

Benutzer melden sich beim Intel® AIM-Suite-Dienst an und benötigen nur noch einen Webbrowser und Login-Rechte, um Echtzeitdaten abzurufen, Berichte anzupassen und ihre Geräte zu managen.

PCI-Compliance-Authentifikation: Kleine und mittlere Unternehmen müssen dafür sorgen, dass die von ihnen gewählte Technik für die PCI-Sicherheit (Payment Card Industry) die sensiblen Kreditkartendaten ihrer Kunden in angemessener Weise schützt. Jede im Einzelhandel implementierte Digital-Signage-Lösung, die Kreditkartendaten annimmt (z. B. ein interaktives Kioskterminal) muss PCI-konform sein. Intel bietet den einzigen Inline-Sicherheits-Gateway-Vermittler in der IT-Branche an, der den Schutz von Daten durch Tokenisierung der Daten, die an Back-End-Anwendungen gesendet werden, umsetzt. Einen Proxy einzusetzen begrenzt notwendige Änderungen an der Anwendung auf ein Minimum, indem bereits die Nutzdaten der Anwendung geschützt werden, statt den Schutz im Programmcode der Anwendung selbst zu implementieren. Der Vermittler (Broker) befindet sich vor den eintreffenden sensiblen Daten und kommuniziert über Standardprotokolle mit den Back-End-Systemen. Er schützt die Daten in der Leitung, bevor sie die Architektur der Anwendung erreichen und fungiert als zentrale Einheit für die Entschlüsselung und Umkehrung der Tokenisierung.

Intel® Technology Provider

Weitere Informationen über Lösungen mit Intel® Retail Client Manager siehe intel.com/rcm

¹<http://www.intel.com/content/dam/www/public/us/en/documents/case-studies/growing-the-digital-signage-economy-case-study.pdf>

² Arbitron Digital Place-Based Video Study 2010

³Erfordert Aktivierung und ein System mit Verbindung zu einem Firmennetzwerk, einen Chipsatz mit Intel®-AMT-Funktionalität sowie Netzwerkhardware und entsprechende Software. Bei Notebooks kann es sein, dass die Intel AMT über eine VPN-Verbindung, die auf dem Betriebssystem des Computers basiert bzw. bei einer Funkverbindung, im Akkubetrieb, im Standby- oder Ruhezustand und bei abgeschaltetem Gerät nicht verfügbar oder nur begrenzt funktionsfähig ist. Die Resultate sind von der Hardware, der Software und der Konfiguration abhängig. Weitere Informationen siehe Intel® Active-Management-Technik

⁴Die Intel® Iris™ Grafik ist bei bestimmten Systemen verfügbar. Informieren Sie sich beim Hersteller des Systems.

Unter Umständen können Intels Compiler bei Optimierungen, die nicht für Intel-Mikroprozessoren spezifisch sind, auch bei Mikroprozessoren anderer Hersteller denselben Optimierungsgrad erzielen. Dazu gehören Optimierungen für die SSE2-, SSE3- und SSE4-Befehlsatzweiterungen sowie weitere Optimierungen. Intel übernimmt keine Garantie für die Verfügbarkeit, Funktionalität oder Wirksamkeit von Optimierungen für Mikroprozessoren, die nicht von Intel hergestellt wurden. Mikroprozessor-abhängige Optimierungen in diesem Produkt sind für die Verwendung mit Intel-Mikroprozessoren bestimmt. Bestimmte, nicht für die Intel-Mikroarchitektur spezifische Optimierungen sind für Intel-Mikroprozessoren reserviert. Entnehmen Sie weitere Informationen zu den spezifischen Befehlsatzweiterungen, auf die dieser Hinweis zutrifft, bitte den entsprechenden Benutzer- und Referenzhandbüchern. Revisionshinweis: 20110804

DIE INFORMATIONEN IN DIESEM DOKUMENT WERDEN IN ZUSAMMENHANG MIT INTEL-PRODUKTEN BEREITGESTELLT. DURCH DIESES DOKUMENT WERDEN WEDER AUSDRÜCKLICH NOCH KONKLUDENT ODER AUF ANDERE WEISE IRGENDWELCHE RECHTE AN GEISTIGEM EIGENTUM GEWÄHRT. INTEL ÜBERNIMMT KEINERLEI VERANTWORTUNG IM HINBLICK AUF DEN VERKAUF ODER DIE VERWENDUNG VON INTEL PRODUKTEN, EINSCHLIESSLICH HAFTUNGEN ODER GARANTIE, DIE EINE EIGNUNG FÜR DEN HANDEL ODER EINEN BESTIMMTEN ZWECK ODER DIE VERLETZUNG EINES PATENTS, COPYRIGHTS ODER SONSTIGEN RECHTS AUF GEISTIGES EIGENTUM BETREFFEN, AUSSER WIE IN DEN ALLGEMEINEN GESCHÄFTSBEDINGUNGEN VON INTEL FÜR DEN VERKAUF SOLCHER PRODUKTE VORGESEHEN. „Unternehmenskritische Anwendungen“ sind in diesem Kontext Anwendungen, bei denen die Fehlfunktion des Intel-Produkts in direkter oder indirekter Weise zu Personenschäden führen könnte. SOLLTEN SIE INTEL-PRODUKTE FÜR DERARTIGE UNTERNEHMENSKRITISCHE ANWENDUNGEN KAUFEN ODER VERWENDEN, VERPFLICHTEN SIE SICH, DASS SIE INTEL UND SEINE TOCHTERUNTERNEHMEN, SUBUNTERNEHMEN UND ANGESCHLOSSENEN UNTERNEHMEN SOWIE DEREN FÜHRUNGSKRÄFTE UND MITARBEITER BEZÜGLICH ALLER SCHADENKOSTEN, SCHÄDEN, AUFWENDUNGEN UND ANGENESSENEN ANWALTSKOSTEN, DIE SICH DIREKT ODER INDIREKT AUS ANSPRUCHEN AUF PRODUKTHAFTUNG ODER PERSONENSCHÄDEN ERGEBEN UND IN VERBINDUNG MIT EINER SOLCHEN UNTERNEHMENSKRITISCHEN ANWENDUNG STEHEN, ENTSCHEIDIGEN BZW. FREISTELLEN WERDEN, UNABHÄNGIG DAVON, OB INTEL ODER SEINE SUBUNTERNEHMEN BEIM DESIGN, DER HERSTELLUNG ODER DEN WARNHINWEISEN DES INTEL-PRODUKTS FAHRLÄSSIG GEHANDELT HABEN. Intel behält sich das Recht vor, Spezifikationen und Produktbeschreibungen jederzeit ohne vorherige Ankündigung zu ändern. Entwickler dürfen nicht vom Vorhandensein oder Nichtvorhandensein bestimmter Funktionsmerkmale oder Produkteigenschaften, die als „reserved“ oder als „undefined“ gekennzeichnet sind, ausgehen. Intel behält sich eine künftige Definition derselben vor und lehnt jegliche Haftung hinsichtlich Inkompatibilität bzw. anderer Konflikte, die sich aus künftigen Änderungen dieser Merkmale ergeben, ab. Die hierin angegebenen Daten können sich jederzeit ohne besondere Mitteilung ändern. Nutzen Sie diese Angaben nicht für die Fertigstellung von Designs. Die in diesem Dokument beschriebenen Produkte können konstruktionsbedingte Defekte oder Fehler (Errata) enthalten, die zu Abweichungen der Produkteigenschaften von den angegebenen Spezifikationen führen. Eine Liste derzeit bekannter Errata ist auf Anfrage verfügbar. Wenden Sie sich an Ihr zuständiges Vertriebsbüro von Intel oder an Ihren Distributor, um die neuesten Spezifikationen zu erhalten, bevor Sie die Produkte bestellen. Dokumente, die eine Bestellnummer haben und auf die in diesem Dokument Bezug genommen wird bzw. weitere Literatur von Intel erhalten Sie im Internet unter <http://www.intel.com/design/literature.htm>.

Copyright © 2013, Intel Corporation. Alle Rechte vorbehalten. Intel, das Intel-Logo, Intel Core, Intel Atom, Intel vPro, Xeon und Iris sind Marken der Intel Corporation in den USA und anderen Ländern.

*Andere Marken oder Produktnamen sind Eigentum der jeweiligen Inhaber. 0913/MB/IC-ODCM0/PDF  Gedruckte Exemplare nach Gebrauch bitte recyceln. 329653-001DE

