

Leadgenerierung im Out-of-Home-Markt

Erschließung der „Blackbox“ mithilfe einer lokalen Community

Berlin, 02.11.2019

Möchte ein Unternehmen ein neues oder bereits bestehendes Produkt abseits des zentralisierten Handels launchen, so gilt es, vorher Fragen zum Potenzial der verfügbaren Verkaufsstätten zu beantworten. Das Problem: Oft wissen Unternehmen nicht, wie viele mögliche Locations es hier überhaupt gibt. Mit dem Melde-Modus und einer großen Community lokaler Konsumenten erhalten Unternehmen Antworten auf ihre Fragestellungen – ohne im Vorfeld alle POS-Adressen zu kennen.

Wie viele potenzielle Points of Sale (POS) gibt es und wo befinden sie sich? Wo ist die Konkurrenz bereits präsent? Tausende selbstständige Einzelhändler und Geschäfte wie Bäckereien, Spätis, Imbisse und Verkaufsautomaten stellen eine kaum zu überblickende Handelslandschaft dar. „Um sich einen Überblick über dieses Distributionspotenzial zu verschaffen, bietet unsere crowdsourcing-basierte Funktion Melde-Modus Unternehmen die Möglichkeit, vertriebsrelevante Informationen über diese nicht zentralisierten Handelsstätten zu erhalten“, sagt Dominic Blank, CEO von POSpulse.

Adresslisten für den Produkt-Launch durch Crowdsourcing

Mithilfe der Streetspotr-App wird die 800.000 User starke POSpulse Community aufgefordert, Locations mit einer bestimmten Beschreibung zu melden. Sucht man beispielsweise nach allen Bäckereien, die auch Milchprodukte verkaufen, so kann man diese von den Usern über die App erfassen lassen. Dabei kann keine der Locations doppelt gemeldet werden. So erhält man schnell und flächendeckend eine Adressliste aller Verkaufsstätten, die für den Launch eines entsprechenden Produktes geeignet sind.

Use Case: Potenzielle Verkaufsstellen für Energydrinks

Was das Feature Melde-Modus kann, hat POSpulse unter anderem in einer Studie im Bereich Energydrinks unter Beweis gestellt. Für den Vertrieb der Getränke sollten neue Out-of-Home (OOH) Verkaufsstellen ausfindig gemacht werden. Die Möglichkeiten schienen unendlich: Von Imbissen und Kiosken über Lieferservices, Stehcafés und Bistros bis hin zu Jugendherbergen, Freizeiteinrichtungen und Vereinsheimen. Jedoch lagen keine Daten über all diese Potenziale vor. Die Streetspotr-User wurden aufgefordert, unterwegs auf die definierten Eigenschaften zu achten und passende Locations bezüglich Namen, Ort, Adresse und Getränkesortiment zu dokumentieren. Das Ergebnis: Innerhalb von vier Tagen erhielt der Auftraggeber 300

Adressdaten inklusive Geokoordinaten und Außenaufnahmen zur Akquise neuer Verkaufsmöglichkeiten.

Der Informationsdienstleister Arix Research hat mithilfe des Melde-Modus innerhalb einer Woche 1.500 Adressdaten mobiler Toiletten in zwölf deutschen Städten sowie eine Übersicht über regionale Markenstärke der unterschiedlichen Player erhalten. Trotz der sehr engen Deadline war dank des Features von POSpulse eine schnelle, effiziente Abwicklung möglich – mit einer übersichtlichen Datenaufbereitung im Dashboard, die auch Fotos und digitale Kartendarstellungen der Locations umfasste.

Über POSpulse

POSpulse ist ein crowd-basiertes Marktforschungsunternehmen in Berlin, das Herstellern, Händlern und Service-Anbietern zu einer besseren Vermarktung ihrer Produkte und Services verhilft. Mittels einer Community von mehr als 800.000 aktiven Konsumenten europaweit sorgt POSpulse dafür, dass die Firmen sehr schnell Antworten auf ihre Fragen bekommen. Über die prämierte App Streetspotr werden spezifische Fragestellungen direkt am POS, Out-of-Home oder von zu Hause aus beantwortet. So erhalten Vertrieb und Marketing die generierten Antworten in geprüfter Datenqualität in Echtzeit, was schnelles Handeln auf Basis fundierter Entscheidungen ermöglicht. Zu den Kunden gehören u. a. Mondelēz International, Mars Petcare, Melitta und Vodafone. Mehr Informationen gibt es unter: www.pospulse.com.

Pressekontakt:

PickMeUp Communications

Anna Hövermann

040 398671-10

a.hoevermann@pickme-up.de

PickMeUp Communications

Saskia Hollatz

040 398671-17

s.hollatz@pickme-up.de