



Case Study

Retail

Jack Wolfskin holt mit PPDS
das Abenteuer nach drinnen

“

Die Vertriebskonzepte für digitale POS, die wir für Jack Wolfskin in den Flagship-Stores entwickelt haben, wurden so konzipiert, dass das Einkaufserlebnis noch emotionaler wird. Die Kombination aus LED-Displays, Digital Signage-Bildschirmen, innovativen Touchpoints, wie dem Lagerfeuer, und Touchtablets hinterlassen bei den Kund:innen am POS einen bleibenden Eindruck, nachdem der Sektor für Outdoor-Bekleidung immer stärkerem Wettbewerbsdruck ausgesetzt ist. Dies ist ein gutes Beispiel für den neuen Maßstab für Vertrieb und Marketing im Bereich POS: mit minimalen Investitionen maximale Wirkung beim Kunden erzielen.”

Damian Rodgett, CEO, pilot Screentime GmbH





This is what we're doing

Wir verpflichten uns zum Schutz unseres Planeten beizutragen, indem wir Abfälle reduzieren, umweltfreundliche Herstellungsverfahren nutzen und PFC-freie wasser-abweisende Stoffe verwenden.

Und das ist noch nicht alles: Auf unserer Website erfahren Sie mehr über all die nachhaltigen und umweltbewussten Maßnahmen, die wir zum Schutz unseres Planeten ergreifen: jack-wolfskin.de/corporate-responsibility/

We are committed to help protect our planet by reducing waste, using environmentally friendly manufacturing processes and using PFC-free water repellency.

That's not all, to find out more about all the sustainable and eco-conscious measures we're taking to protect our planet visit our website: jack-wolfskin.de/corporate-responsibility/



Hintergrund

Authentisch. Verantwortungsvoll. Abenteuerlustig. Jack Wolfskin motiviert bereits seit über 40 Jahren Menschen dazu, nach draußen zu gehen und sich mit der Natur zu verbinden. Diese 1981 in Deutschland gegründete Marke ist heute einer der größten internationalen Lieferanten und Franchise-Unternehmer für Bekleidung, Schuhwerk, Ausrüstung und Zubehör für Outdoor-Aktivitäten. Mit mehr als 500 Stores und 1400 Mitarbeiter:innen in ganz Europa und Asien möchte Jack Wolfskin mit seinen Premium-Produktkollektionen den Menschen die Möglichkeit bieten, die exotischsten Outdoor-Locations der Welt zu erleben.

Herausforderung

Jack Wolfskin steht für Abenteuer. Das Team von Jack Wolfskin hat es sich zur Aufgabe gemacht, Menschen die Möglichkeit zu bieten, Abenteuer zu erleben und Neues zu entdecken. Und genau diese Begeisterung für Outdoor-Erlebnisse und Wanderlust sollte auch in den Stores zum Ausdruck kommen. Dazu benötigten sie eine innovative Lösung, die die Sinne ihrer Kunden anregt und gleichzeitig für ein intuitives und inspirierendes Verkaufserlebnis sorgt. Als Marke, die auf das Design und die Technologie ihrer Produkte stolz ist, musste diese Lösung auch ihre hohen Qualitätsstandards und die einzigartige Erkundungsstrategie widerspiegeln.

Lösung

Um das ultimative Abenteuererlebnis auf den Weg zu bringen, kooperierte Jack Wolfskin mit PPDS und pilot Screentime zusammen, um eine spannende Kundenlösung zu schaffen. Nachdem die besten Experten an Bord waren, wurde eine umfassende AV-Lösung eingeführt, um den Vorgezeigandort Frankfurt am Main in einen Jack Wolfskin Store der nächsten Generation zu verwandeln. Zu diesem Zweck wurde der Store mit einer inspirierenden 7,5 m² großen LED-Videowand der Philips L-Line 7000 Serie ausgestattet, um die Kund:innen im Laden zu begeistern und Passant:innen in den Laden zu locken. Zusätzlich zu dieser beeindruckenden LED-Wand wurde ein professionelles Signage Display der Philips Q-Line

strategisch so platziert, dass die Nachhaltigkeitsmerkmale des Stores und seiner Produkte ins rechte Licht gerückt werden. Diese Philips-Displays wurden in das breitere Content-System des Stores integriert, das interaktive Touchscreens sowie nahtlose Storytelling-Erlebnisse umfasst, die Lust auf Abenteuer machen.

Vorteile

Outdoor-Abenteuer drinnen erleben: Philips LED bietet den Kund:innen ein noch besseres Einkaufserlebnis, da alle Details eines Outdoor-Abenteurers in spannender Weise auf dem großen Bildschirm präsentiert werden.

Skalierbares Design: Dank des modularen Designs und endloser Optionen kann die LED-Videowand problemlos umgestaltet werden, indem Panels hinzugefügt oder entfernt werden.

Starke Wirkung: Extreme Helligkeit und die besonders klare Auflösung entfalten eine starke Wirkung, um die Kund:innen zu begeistern und den Umsatz zu steigern.

Energieeffizienz: Energiesparende Bildschirme bedeuten niedrigere Betriebskosten und stellen einen wichtigen Schritt hin zu einer grüneren Zukunft dar.

Fast facts

Kunde
Jack Wolfskin

Standort
Frankfurt am Main, Deutschland

Projekt
Flagship-Store der nächsten Generation

Projekt
LED-Display der Philips 7000 Serie 41BDL7219L (30 Einheiten), Signage Display der Philips Q-Line 55" 55BDL3550Q/00 (1 Display)

Partner
pilot Screentime GmbH

© 2022 Koninklijke Philips N.V. All rights reserved. Specifications are subject to change without notice. Trademarks are the property of Koninklijke Philips N.V. (Royal Philips) or their respective owners.

philips.com/professionaldisplayolutions

