



CASE STUDY

## Loogman verzeichnet Umsatzsteigerung mit elektronischen Regaletiketten von Panasonic

Panasonic stattete den Shop von Loogman mit elektronischen Regaletiketten aus, um den Kunden Klarheit und einen besseren Service zu bieten.

**Kunde: Loogman Aalsmeer**

Standort: Aalsmeer, Niederlande

Product(s) supplied: **Electronic Shelf Labels**

## Herausforderung

Loogman war auf der Suche nach einem innovativen System, das eine klare und einfache Möglichkeit bietet, Produktpreise im Geschäft anzuzeigen, ohne zusätzliche Arbeit für die Mitarbeiter zu verursachen.

## Lösung

Elektronische Regaletiketten (ESL) von Panasonic mit einem Link zu einem führenden niederländischen POS System. Preisänderungen werden in POS System umgesetzt, so dass die ESLs über die Anbindung an Panasonic automatisch angepasst werden. Der richtige Preis wird immer ohne manuellen Aufwand angezeigt.

## Loogman

Die Geschichte des Familienunternehmens Loogman begann im Jahr 1959, als Ger Loogmans Eltern begannen, Kraftstoffe von ihrem Haus in Aalsmeer aus zu verkaufen. Das Unternehmen war schon immer sehr innovativ und macht es sich zu eigen, dass es immer etwas anders denkt als seine Konkurrenten. Die zweite Generation, basierend auf der Leidenschaft für die Autowäsche, erweiterte das Leistungsspektrum um Autowaschanlagen. Das Unternehmen besitzt heute acht Autowaschanlagen, zwei Tankstellen, einen Golfplatz mit Brasserie und eine Lagervermietung in den Niederlanden.

## Ein Vorzeigeunternehmen für Innovation und ...

Loogman ist in Sachen Innovation fortschrittlich. Das Unternehmen ist einzigartig in den Niederlanden dank seinen "Komfortspuren" zum Betanken von Autos. Bewährter Service neu erfunden. Damit können mehr Autos pro Stunde betankt werden, und die Kunden können auch anhand ihres Kennzeichens tanken, wobei alle zwei Wochen eine Rechnung verschickt wird.



Loogman hat auch eine eigene App für die Autowäsche entwickelt. Demnächst können Kunden ihr Waschprogramm mit Loogman pay über die App im Voraus bezahlen und über eine Schranke mit



## ... Kundenservice

"Loogman sieht Innovation als ein Mittel, um einen besseren Kundenservice zu erreichen", sagt Justin Rauwers, Aalsmeer Regional Manager bei Loogman.

"Für uns dreht sich alles darum, uns von der Konkurrenz zu unterscheiden und unseren Kunden einen besseren Service zu bieten. Wir helfen den Kunden immer noch beim Tanken, aber wir haben in unserem Shop festgestellt, dass unser Kundenservice in Bezug auf die Produktinformationen zu kurz kam. In der Vergangenheit haben wir immer mit Preisschildern aus Papier gearbeitet. Die Etiketten auf dem neuesten Stand zu halten, wurde aufgrund der großen Anzahl von Produkten und der ständigen Preisänderungen sehr arbeitsintensiv. Das hat dazu geführt, dass uns irgendwann einfach die Preisschilder ausgegangen sind, so dass die Kunden nicht mehr wussten, was die Produkte im Shop kosten sollen. Das war für die Kunden verwirrend und stand im Widerspruch zu unserer Vision von Kundenservice, also musste etwas dagegen unternommen werden."

"Auf der Tankpro hatten wir letztes Jahr den ersten Kontakt mit Panasonic, um die Preisschilder zu digitalisieren. Wir haben uns diesbezüglich auch an zwei andere Parteien gewandt", so Rauwers weiter. "Wir haben uns letztendlich für Panasonic entschieden, weil sie ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, die Batterien in den Etiketten ausgetauscht werden können und sie – was entscheidend ist – eine Verbindung zu unserem POS System herstellen können. Es ist das Rückgrat der Tankstelle. Alles läuft über dieses System, daher war es eine absolute Voraussetzung, dass auch das elektronische Regaletikett integriert werden kann."



*""Panasonic erklärte, dass sie die Verbindung zum POS herstellen könnten. Wir waren anfangs etwas skeptisch, aber schlussendlich ohne Begründung. Unter anderem dank der Beteiligung der Mitarbeiter von Panasonic an der Integration mit dem POS System verlief alles sehr reibungslos. In unserem POS System wird nun eine Datei mit den Preisänderungen erstellt, die dann in das Panasonic-Paket eingelesen wird." "*

---

**Justin Rauwers**

Aalsmeer Regional Manager

Loogman

## Plug-and-Play

"Die Umsetzung selbst verlief hervorragend. Es gab einen sehr guten Kontakt zwischen Panasonic und unseren Mitarbeitern. Panasonic hat sich wirklich in den Denkprozess eingebracht und Lösungen angeboten. Der gesamte Laden wurde an einem Tag umgebaut", sagt Rauwers.



"Dank des Inputs und der Anwesenheit von Panasonic während der Installation konnten wir alle Optionen für elektronische Regaletiketten sofort nutzen. Das System hat sich vom ersten Tag an bewährt. Die Etiketten können z. B. Werbeaktionen anzeigen oder in zwei Teile geteilt werden, um zwei Preise anzuzeigen. Und das alles gleich am ersten Tag. Es ging unglaublich schnell! Plug-and-Play. Das System ist wirklich einfach zu bedienen: Jeder kann es sofort verwenden. Die Etiketten werden mit einer App gescannt und das Produkt und das elektronische Regaletikett zeigen dann sofort den korrekten Preis an. In puncto Benutzerfreundlichkeit hat sich dieses System wirklich hervorgetan", so Rauwers weiter.

"Wir hatten keine Anlaufprobleme. Anfangs stellten wir manchmal fest, dass eine Beschriftung nicht richtig verknüpft war, aber dies wurde sofort mit einer einfachen Aktualisierung behoben. Der Grund dafür war oft, dass das Produkt im Backoffice nicht korrekt erfasst wurde. Dies ließe sich mit einem Wechsel im Backoffice leicht beheben."

## Umsatzsteigerung durch mehr Übersichtlichkeit

Loogman nutzt die elektronischen Regaletiketten seit Juli dieses Jahres. "Wir sehen einen Anstieg der Verkäufe von Autoprodukten, jetzt, wo wir wieder Preisschilder haben. Wenn es keine Etiketten gab, herrschte Unsicherheit über den Preis, was die Verbraucher zögern ließ, ein Produkt zu kaufen. Das gehört nun der Vergangenheit an. Mit den elektronischen Preisschildern von Panasonic ist nun klar, wie viel etwas kosten soll. Auch Werbeaktionen fallen sofort auf und das Logo auf den Preisschildern macht alles für den Kunden viel übersichtlicher. Nichts steht mehr im Zweifel. Aufgrund dieser Eindeutigkeit sind die Kunden eher geneigt, einen Kauf zu tätigen. Für Loogman ist klar, dass die elektronischen Regaletiketten zu höheren Umsätzen beitragen und viel effizienter sind als die Preisschilder aus Papier. Das hätten wir schon viel früher machen müssen", so Rauwers abschließend.