

München, 28. Februar, 2013

Axis zeigt, wie Netzwerk-Kameras mit Social Media verbunden werden können

Einzelhandel verbindet Einkaufserlebnis mit sozialen Netzwerken

München, 28. Februar 2013 – Online mit Freunden über die neuste Kleiderwahl diskutieren – das ist nicht wirklich neu. Dabei allerdings im Geschäft vor dem Spiegel zu stehen und im Internet live mit der besten Freundin über die Passform der Jeans zu plaudern - das gab es vorher so noch nie. Möglich ist dies mit dem neuen Social Media-Konzept für Netzwerk-Kameras von Axis Communications, welches gerade auf der EuroCIS in Düsseldorf erstmals präsentiert wurde.

Laut Bitkom sind fast ein Viertel (24 Prozent) der Internetnutzer in Deutschland Fan einer Marke oder eines Produkts in sozialen Netzwerken. In absoluten Zahlen entspricht das rund 13 Millionen Internetusern. Besonders groß ist dieser Anteil in der Altersgruppe 14- bis 29-Jähriger, gefolgt von den 30- bis 49-Jährigen. Die Umfrage zeigt, dass soziale Netzwerke bei Kaufentscheidungen eine immer wichtigere Rolle spielen und die Markenbindung fördern.

Für den Handel ist es hier essentiell, sich mit den sozialen Netzwerken auseinanderzusetzen, um die Bedürfnisse der Kunden zu kennen und auch dementsprechend auf diese reagieren zu können. Doch wie lässt sich Social Media auch im Einzelhandel sinnvoll nutzen, um einerseits das Einkaufserlebnis für die Kunden zu verbessern und andererseits die Kaufentscheidung noch im Laden zu fördern und damit die Erträge zu erhöhen?

Axis Communications, Marktführer im Bereich Netzwerk-Video, ermöglicht Einzelhändlern ganz neue Möglichkeiten durch den Einsatz von Axis Kameras in Kombination mit Anwendungen für Social Media. Dies ist ein völlig neuer Weg, um mit seinen Kunden zu interagieren. Die Vorgehensweise ist unkompliziert: Vor einem ausgewiesenen Platz, beispielsweise einem Spiegel, werden eine oder mehrere Kameras angebracht. Damit können die Kunden Bilder oder Videos von sich im Shop aufnehmen und diese mit wenigen Handgriffen auf ihre persönlichen Netzwerke online stellen. Freunde kommentieren diese Bilder dann live, ganz so, als wären sie ebenfalls im Geschäft anwesend. Die einzige Voraussetzung: Neben der Kamera muss es einen Wireless Access Point geben. Benutzer starten eine App und verbinden sich über ein Nearfield-Communication-Label (NFC) oder QR Label mit dem Access Point. Das Smartphone erkennt den Access Point und verbindet sich automatisch per WLAN. Der Zugang zur Kamera wird dabei aus Sicherheitsgründen immer nur einer Person ermöglicht. Nachdem das Foto auf das Smartphone herunter geladen worden ist, wird die Verbindung gestoppt und ein neuer Kunde hat Zugriff auf die Kamera. Die zuvor aufgenommenen Bilder werden nicht aufgezeichnet. Der Aufwand für den Händler beschränkt sich auf die Bereitstellung einer Kamera und eines Access Point. Die Kamera sollte nicht in das lokale Sicherheitsnetz eingebunden sein.

Dieses Social Media-Konzept eignen sich für jedes Ladengeschäft, in dem die Kunden Produkte an- oder ausprobieren. „Mit der Social Media-App bieten sich dem Einzelhandel völlig neue Möglichkeiten, seine Kunden zu erreichen, ihre Bedürfnisse zu erkennen sowie Werbe- und Marketingmaßnahmen durchzuführen. Eine Anwendungsmöglichkeit ist zum Beispiel, den Kunden bei dem Hochladen ihres Bildes auf die Unternehmensseite in einem Social Network, einen Gutschein zu schenken“, erklärt Ralph Siegfried, Consultant Business Development Retail von Axis Communications Deutschland.

Auch die Tourismusbranche hat bereits Interesse gezeigt: Denn Kameras mit Social Media-Applikationen könnten - beispielsweise vor Wahrzeichen und Sehenswürdigkeiten installiert - Touristen dazu animieren, sich spontan zu fotografieren und das Foto oder Video online zu stellen. Das lästige Fragen von Passanten, ob Sie eine Gruppe fotografieren, ist damit nicht mehr notwendig.

Hier sehen Sie das Axis-Social-Media-Konzept Video auf YouTube:

<http://www.youtube.com/watch?v=N1CairE3Ezk&list=PLC751F250BB378A3A&index=40>

Informationen zu Axis Communications

Informationen zu Axis Communications

Als Marktführer im Bereich Netzwerk-Video weist Axis die Richtung in eine intelligente und sichere Welt und treibt den Wechsel von analoger zu digitaler Videoüberwachung voran. Axis bietet Netzwerk-Video-Lösungen für professionelle Installationen mit Produkten und Lösungen, welche auf einer innovativen, offenen Technologieplattform basieren.

Axis hat über 1400 engagierte Mitarbeiter an 40 Standorten weltweit und arbeitet mit Partnern aus 179 Ländern zusammen. Axis ist ein schwedisches IT-Unternehmen, das 1984 gegründet wurde und an der NASDAQ OMX Stockholm unter dem Tickersymbol AXIS notiert ist. Weitere Informationen über Axis finden Sie auf unserer Website unter www.axis.com

Neuigkeiten erfahren Sie auch auf Twitter: [Axis_Dach](#)