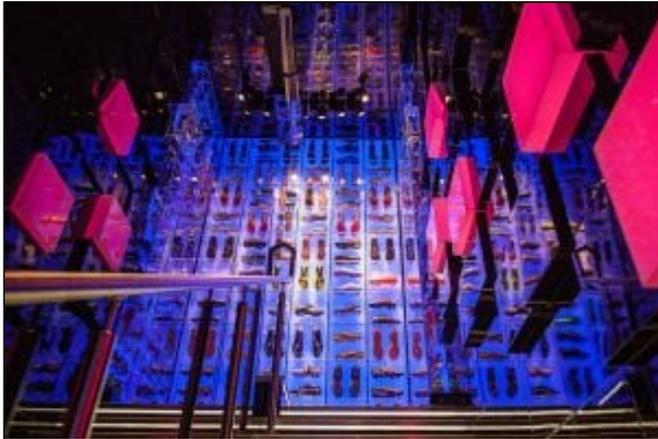




Sporthändler Pro:Direct – früher bis 2014 ein reiner Online-Player – hat nun in der besten Lage von London einen Store eröffnet. In der berühmten Carnaby Street finden die Kunden ein Geschäft, das mit Technologie-Finessen ausgestattet ist (Pro:Direct LDN19 Store). Ein Online-Händler geht Offline.

## Kein klassischer Store

Die Aufteilung des Geschäfts erinnert weniger an einen klassischen Shop, sondern mehr an Theater oder eine Kunstinstallation. Über Touchscreens kann der gesamte Warenbestand – auch des Webshops – begutachtet und erworben werden.



Treppenaufgang



„Rote Wand“

## Verkäufer nutzen auch Technik

Die Verkäufer sind mit iPads ausgestattet und begleiten auf Wunsch den Kunden durch seinen gesamten Einkauf. Auf den iPads werden Bestellungen erfasst, Zahlungen entgegengenommen - wie auch die Musik, Beleuchtung und Farbe im Store kontrolliert. Um dem Laden eine eigene Identität zu geben, bespielt das Verkaufspersonal auch die sozialen Netzwerke mit eigenen Inhalten.

Mit Hilfe der iPads kann der Verkäufer die Beratungszeit mit dem Kunden erheblich erhöhen. Der Kunde kann auch die gesamte Zeit an einem Ort im Store verbringen. Die gesamte Suche, der Verkaufsprozess und die Bezahlung werden durch einen Verkäufer unterstützt.

## Welche Technik befindet sich im Highstreet Store

Der Ausflug in die Offline-Welt ist für Pro:Direct mehr als nur einen normalen Store neben dem Webshop zu betreiben. Stattdessen erlebt der Kunde ein großzügiges Platzangebot mit vielen Technologien - er fühlt sich als würde er sich im Webshop bewegen.

In jeder Ecke im Geschäft trifft der Kunde auf digitale Spielereien. An den Wänden sind große Displays und magnetisch angebrachte Schilder. In weniger als einer Stunde kann die gesamte Optik des Ladens damit völlig neugestaltet werden. Das liefert den Kunden

regelmäßige Impulse zum Wiederkommen.



„Trainingsraum“



„Verkaufsbühne“

Touchscreens im Geschäft ermöglichen es dem Kunden nach Produkten zu suchen und aus dem Webshop zu bestellen - da die im Geschäft ausgestellten Produkte auf ein Minimum reduziert sind. Die Käufer können sich sogar auf extra großen Bildschirmen ausgewählte Outfits wie Trikots oder Hosen an lebensgroßen Modellen ansehen.



Produktscreens



Produktscreens

Die Käufer können sich sogar auf extra großen Bildschirmen

irmen  
ausgew  
ählte  
Outfits  
wie  
Trikots  
oder  
Hosen  
an  
lebens  
großen  
Modell  
en  
ansehe  
n.

## Es ist nicht nur Technologie ... im Highstreet Store

Pro:Direct bringt die digitale Denkweise in den Store. Die Produkte, die im Geschäft ausgestellt werden sind die gleichen, die im Webshop an prominenter Stelle angepriesen werden: Also eine durchgängige Erfahrung über alle Kanäle.

## Klare Zielgruppen-Orientierung

Dieser Ansatz zielt auf Technologie-affine, junge Käufer, die es gewohnt sind, sich permanent ändernde Informationsströme zu verarbeiten. Daher werden dauernd neue Informationen eingespielt, die Inhalte auf den Bildschirmen ändern sich. Dazu kommt, dass Pro:Direct seinen eigenen Content produziert und nicht die Werbung der Brands. Dieser wird im Webshop gezeigt und auch auf den Multimedia-Bildschirmen im Store.

## Pro:Direct Highstreet Store: Willkommen in der

## Zukunft

Viele andere Händler können von Pro:Direct etwas lernen: Der Store hat eine ähnliche Funktionalität wie der Webshop verknüpft mit dem Erlebnis einer Theatervorstellung. Digitale Inszenierung wird in die Einkaufsstraße gebracht.

Pro:Direct erfindet das Einkaufserlebnis neu. Es geht doch!



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von Vimeo.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

Vimeo immer entsperren

Bildquellen und Video: Pro:Direct