DEICHMANN wirbt mit Augmented Reality

Wenn Schuhe im Prospekt zum Leben erweckt werden.

Essen, 08.10.2021

Europas größter Schuheinzelhändler nutzt in seiner Kundenansprache Web Augmented Reality. Der aktuelle Outdoor- & Trekking-Prospekt von DEICHMANN bietet den Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, mit ihrem Smart-Phone über einen QR-Code auf dem Titel Zugang zu verschiedenen digitalen Inhalten wie z.B. Bildern oder Videos zu erhalten. DEICHMANN verwendet hierbei eine komplett browser-basierte Lösung, die keinen zusätzlichen Download einer App erforderlich macht. Mit der Smartphone-Kamera lassen sich über AR-Icons im Print-Prospekt zusätzliche Ansichten und weitere Farb-Varianten der abgebildeten Modelle sowie Informationen zu Produkt-Features abrufen. So erhalten Kundinnen und Kunden, neben vielen Zusatz-Informationen, einen genaueren Eindruck von dem abgebildeten Artikel und können diesen mit einem Klick im Online-Shop bestellen.

„Wir schaffen hier mit der Vernetzung von Print und Digitalem ein neues und modernes Kundenerlebnis und erreichen zusätzliche Zielgruppen über unseren klassischen Print-Prospekt. Als Omnichannel-Anbieter wissen wir genau, dass moderne Käufer über verschiedenste Kanäle Kontakt zu den Einzelhändlern ihrer Wahl aufnehmen“, erklärt Olivia Simon, Head of Marketing Execution bei DEICHMANN. „Unsere Kontaktpunkte mit den Verbrauchern sind daher nicht allein auf stationär oder online beschränkt. Durch einen gut durchdachten Marketing-Mix können wir die Menschen mit solchen Maßnahmen entlang der Customer Journey effizient erreichen und so bei ihrem Entscheidungsprozess bis zum Kauf begleiten“, so Simon weiter. Die nationale Verteilung des aktuellen AR-Prospektes startet am 06. Oktober 2021 und erfolgt über die Auslage in allen Filialen sowie als Beilage in ausgewählten Wochenzeitungen. Der Prospekt ist Teil der Kommunikationskampagne „So schön ist draußen“ und wird begleitet durch ergänzende Social Media- und POS-Maßnahmen sowie eine Kooperation mit dem deutschen Outdoor-Influencer Evolumina. Auf Agenturseite wurde das Projekt von Grey Germany und Bit Pioneers betreut.

Medienkontakt

Unternehmens-
kommunikation
Michele Leyendecker
michele_leyendecker
@deichmann.com

Die DEICHMANN SE mit Stammsitz in Essen (Deutschland) wurde 1913 gegründet und befindet sich zu 100 Prozent im Besitz der Gründerfamilie. Die Unternehmensgruppe ist Marktführer im europäischen

Schuheinzelhandel und in 31 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt rund 43.000 Mitarbeiter und betreibt über 4.200 Filialen sowie 40 Onlineshops. Unter dem Namen DEICHMANN werden Filialen geführt in Deutschland, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Dänemark, Dubai (mit einem Franchise-Partner), Estland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Kroatien, Kuwait (mit einem Franchise-Partner) Lettland, Litauen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Schweden, Serbien, der Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien, der Türkei und Ungarn. Darüber hinaus ist die Gruppe vertreten in der Schweiz (Dosenbach/Ochsner Shoes/Ochsner Sport), in den Niederlanden und Belgien (vanHaren) sowie in den USA (Rack Room Shoes/Off Broadway). Mit der MyShoes SE ist das Unternehmen in Deutschland, Österreich und Polen vertreten. Zum Unternehmen gehört auch die SNIPES-Gruppe mit Filialen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Spanien, Portugal, den USA und Italien. Zudem bietet DEICHMANN in China mit einem Partner über die Online-Plattform T-Mall Global eine Auswahl seines Sortiments an.