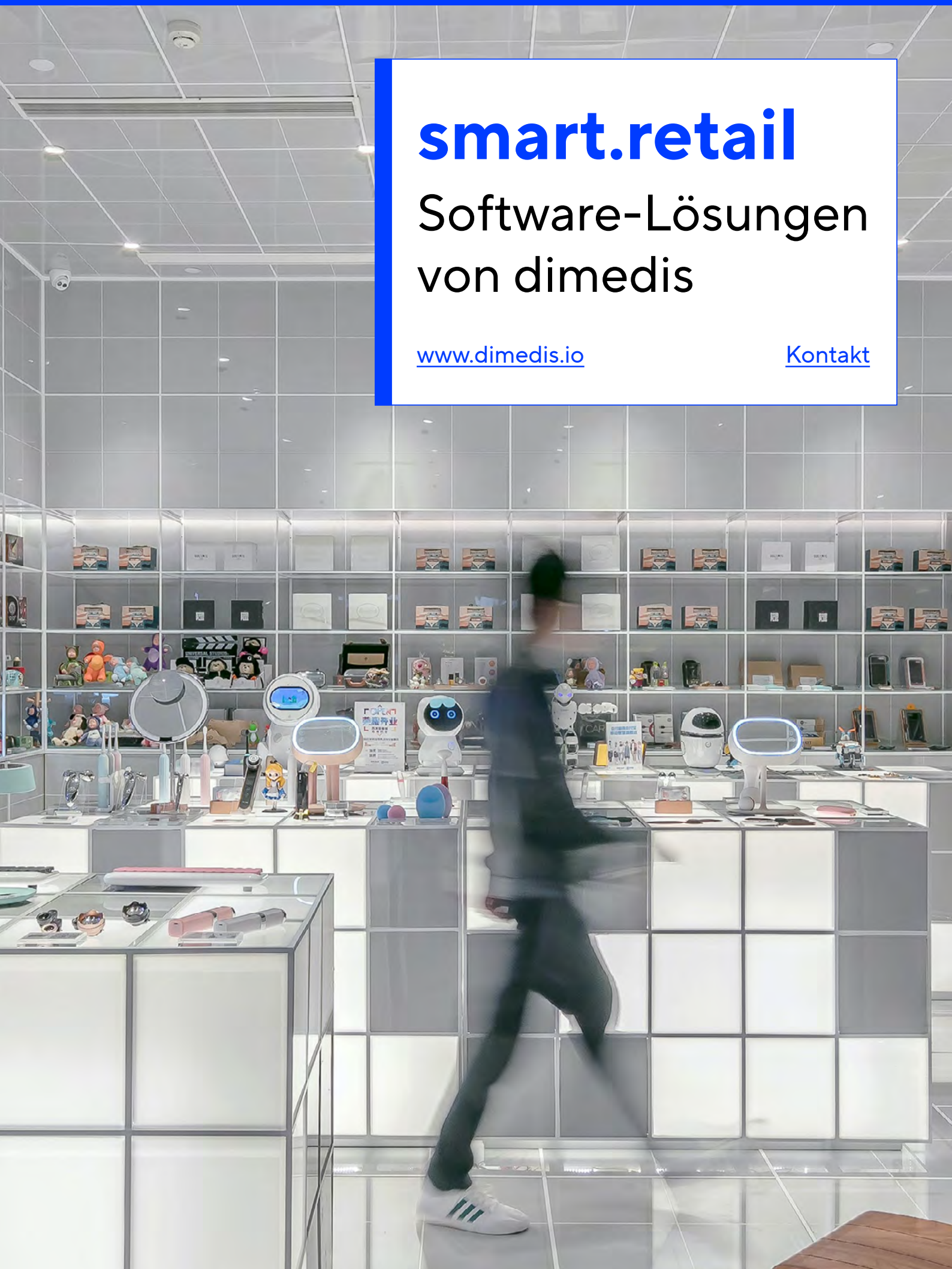


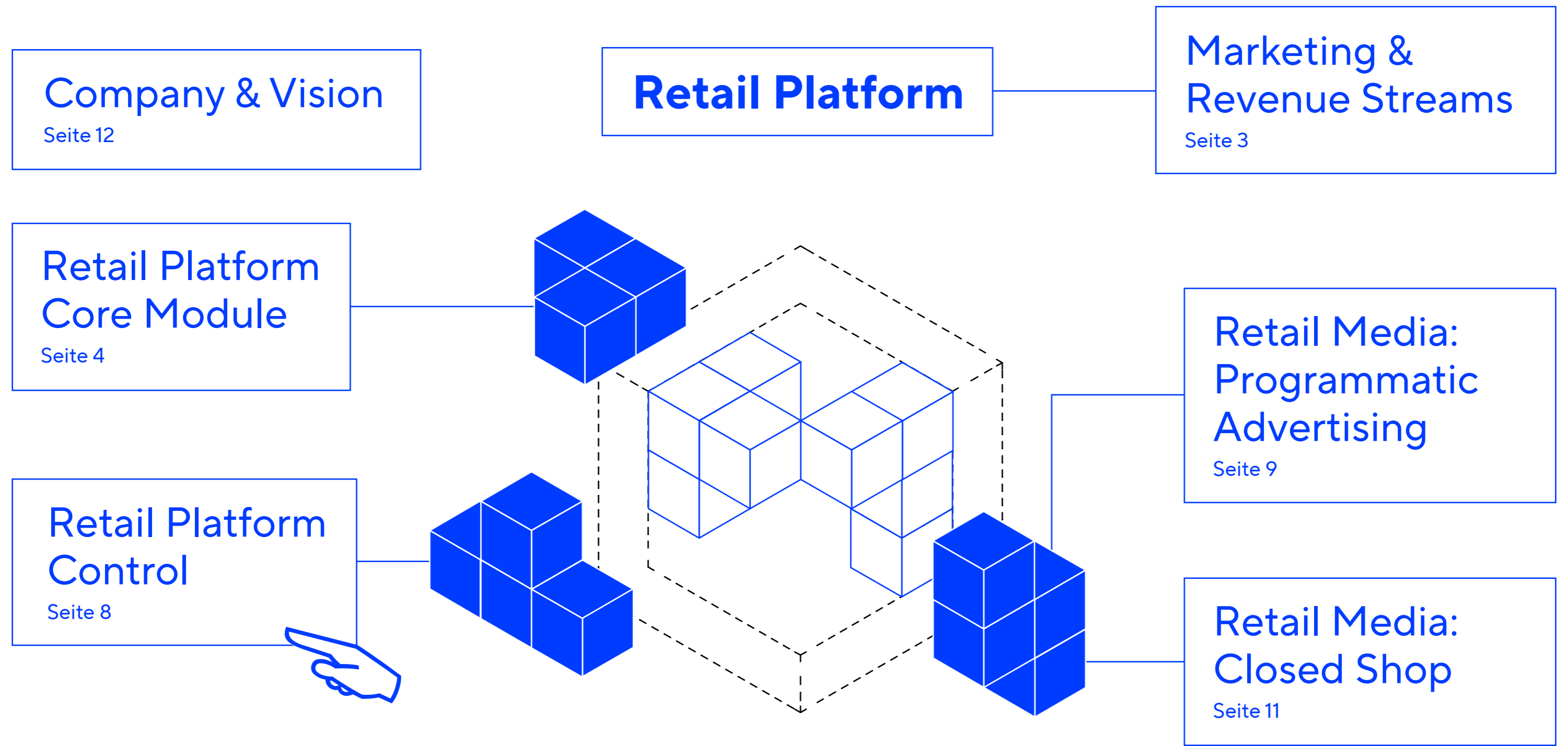
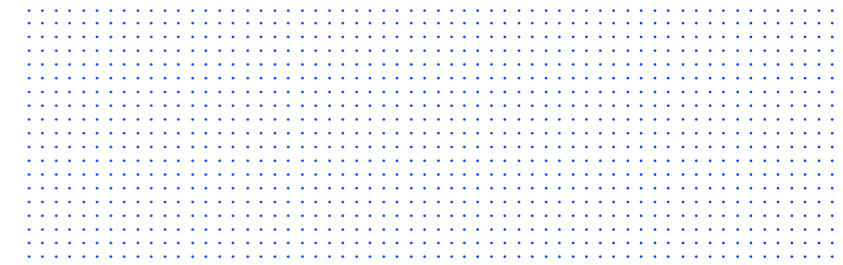
smart.retail

Software-Lösungen
von dimedis

www.dimedis.io

[Kontakt](#)





Retail Data Platform, Marketing & Revenue Streams

Die Zukunft ist transparent: Digitale Innovationen am POS für Insights über Kunden, die bisher nur in eCommerce möglich waren.

Präzise Daten und Erkenntnisse zum Kundenverhalten standen bisher nur dem Online-Handel zur Verfügung. Das ändert sich: Unsere Retail Analytics Platform hilft dem stationären Handel, diesen Transparenz-Vorsprung aufzuholen.



Daten sind der entscheidende Faktor, um Kunden tiefgehend zu verstehen und gleichzeitig Verkäufe zu steigern. Diese Möglichkeiten stehen jetzt auch Retailern zur Verfügung. Für echte Kunden-Insights – so detailliert, wie es bisher nur in eCommerce erreichbar war.

Datengetriebene Transparenz am POS

Die dimedis Retail Platform ist eine Kombination verschiedener Module, die an jedem Touchpoint am POS entlang der Customer Journey kontinuierlich Informationen sammelt, zusammenführt, analysiert und in Echtzeit darauf reagiert. Diese Daten stammen aus unterschiedlichen Quellen, wie Sensorik, Hardware, Software, Kassensystemen und weitere.

Präzise Insights und Vorhersagen

Dank unserer modernen Technologien – wie intelligenter State-of-the-Art-Sensorik und digitalen Kassenbons – können Retailer ihre Kunden vielschichtig analysieren, Muster erkennen und auf Grundlage der gewonnenen Daten zielgerichtet handeln. Das System interagiert mit personalisierten Inhalten direkt mit den Kunden und lernt kontinuierlich aus deren Einkaufsverhalten, um wertvolle Vorhersagen zu treffen. So können am POS interaktive, kaufanregende Markenerlebnisse geschaffen werden.

Datenbasierter Mehrwert für den POS

Daten sind das neue Gold im Handel. Unsere Systeme liefern Zugang zum Einkaufsverhalten, Laufwege, Aufenthaltsdauer, Conversion Rates und die Demografie der Kunden. Die Integration der Kassensysteme erweitert die Analysemöglichkeiten durch Verknüpfung mit

datenschutzkonformen Metadaten unserer Sensorik-Verfahren. Diese exakte Datenbasis ermöglicht eine optimierte Ausspielung über Digital Signage und Instore Radio und bietet eine hervorragende Grundlage für die Vermarktung von Retail Media am POS.

Maximaler Nutzen für den Retail-Markt

Unsere Lösungen gehen weit über die reine Datensammlung hinaus, indem sie Daten analysieren und Ergebnisse ausspielen. Wir bieten unseren Kunden das erforderliche Know-How und den Service, um aus gewonnenen Daten echten Nutzen zu generieren.

Zusammenfassend unterstützt die Retail Analytics Lösung den Einzelhandel mit wichtigen Informationen zum Branding, Storekonzept und Käuferverhalten. Damit können Kunden tiefgreifend verstanden und die Kommunikation mit ihnen gezielt ausgerichtet werden. Das Ergebnis: eine optimierte Customer Journey am POS und gesteigerte Erlöse.

Erlöse erzielen durch Retail Analytics

Mithilfe von datengetriebenen Erkenntnissen identifizieren Retailer treffsicher die Maßnahmen, welche eine Wohlfühlatmosphäre im Store schaffen und die Verweildauer verlängern. Diese Daten bilden zusätzlich die Basis für eine personalisierte Interaktion und ermöglichen digitale Werbemöglichkeiten als zusätzliche Einnahmequelle.

Retail Platform Core Module

Kundenverhalten erkennen, Zusammenhänge verstehen: Lösungen für wegweisende Stores.

Der innovative Verkaufsraum kennt seine Kunden bereits beim Eintritt. Er kommuniziert ständig mit ihnen, reagiert agil und passt sich kontinuierlich und datenbasiert ihren Bedürfnissen an. So können Stores Kunden binden, ihre Erlöse steigern und neue Umsatzquellen erschließen.

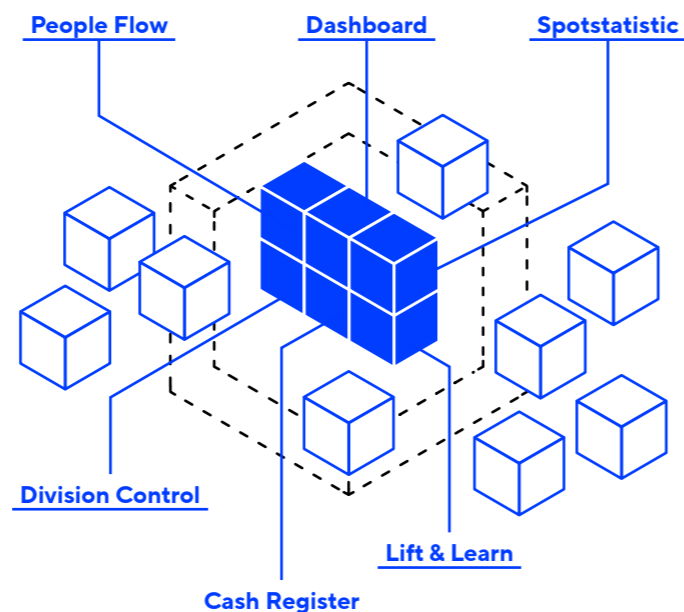
Unsere Retail Platform integriert sich flexibel in die Prozesse des Einzelhändlers. Sie begleitet den Kunden wie ein unsichtbarer Assistent mittels stets erweiterbarer Anwendungen an jedem Punkt der Customer Journey. Das fundamentale Core Module gibt tiefe Einsichten über die jeweiligen Kunden. Hier werden Daten einheitlich gesammelt und miteinander in Verbindung gestellt. So lassen sich Rückschlüsse auf das aktuelle und zukünftige Kaufverhalten auslesen.

Abverkäufe durch personalisierte Interaktion. Weiter werden datengetriebene, digitale Werbeflächen als zusätzliche Einnahmequelle geschaffen. Die Kombination aller Core-Funktionen bietet Stores eine elementare Grundlage zur Mehrwertgenerierung, sowohl heute als auch mit Blick auf Erweiterungen und weiteren Vorteilen in der Zukunft.

Core Module: Netzwerk-Haus der Daten

Die Retail Platform besteht aus einem Core mit fest implementierten Modulen. Neue Tracking-Technologien und Funktionen können diesem Netzwerk kontinuierlich hinzugefügt werden, um Informationen zu verarbeiten und gezielt an den Endkunden auszuspielen. Das Core Module bildet die Basis für detaillierte Datenerfassung, Analysen und Ableitung von Handlungen. Es steigert die Erlöse durch Verbesserung der Wohlfühlatmosphäre im Geschäft und erhöht

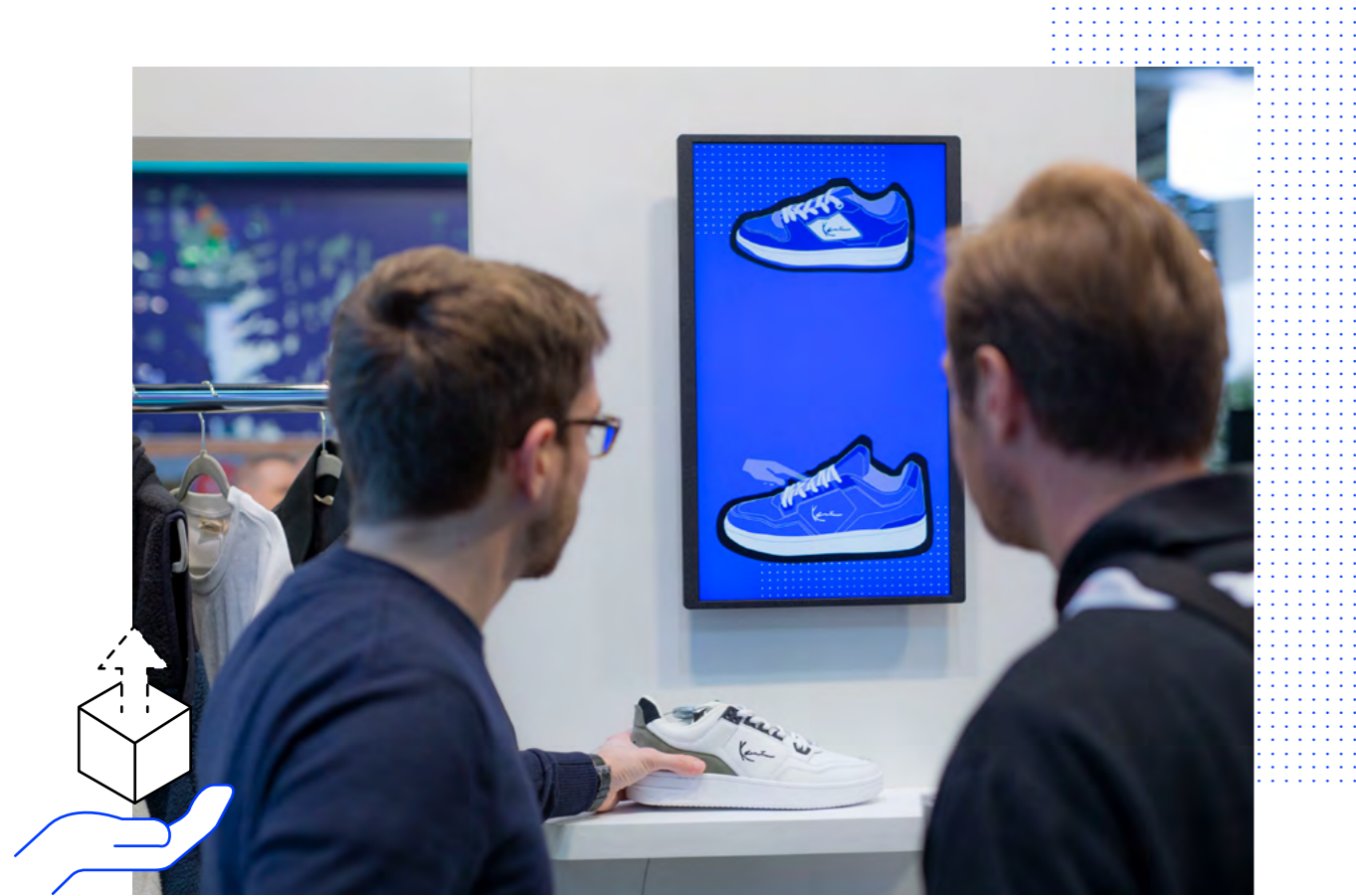
Retail Platform Core Module



Kundenbewegungen erkennen und verstehen: People Flow.

Ein 3D-Sensor erfasst eine Person gleich beim Betreten des Geschäftes. Dabei wird eine zufällig generierte ID erstellt, um ein Tracking des Kunden im gesamten Laden zu ermöglichen, selbst beim Wechseln der Etage. Während des Einkaufserlebnisses gewinnt der Retailer Informationen wie aktuelle Besucherzahlen, die Auslastung definierter Zonen und demografische Daten wie Geschlecht und Alter. Sogar spezifische Erkenntnisse über das Verhalten

der Kunden werden erfasst, beispielsweise Blickrichtung und Interaktionsdauer mit ausgewählten Produkten. Alle Daten werden auf der Plattform gesammelt und für die Weiterverarbeitung bereitgestellt. Diese Erkenntnisse bilden die Grundlage für In-Store Analytics, um unter anderem die Customer Journey zu optimieren, Ressourcen effizient zu planen und personalisierte Marketingstrategien umzusetzen.



Interaktionen erfassen und bestärken: Lift & Learn.

Beim Anheben ausgewählter Produkte registriert ein Sensor den Interaktionsbeginn zwischen einem Kunden und dem jeweiligen Produkt. Ein Sensor verfolgt den Augenkontakt und damit die Intensität und Dauer der Interaktion. So wird deutlich, für welche Aktionsprodukte Kunden sich besonders interessieren.

Das Core Module nimmt diese Daten auf und verbindet sie mit Informationen aus dem People Flow. Ab hier beginnt der Nutzen der gesammelten Daten. Auf dem Digital Signage Display werden unmittelbar Produkt- oder Markeninformationen ausgespielt, gegebenenfalls auf Alter und Geschlecht abgestimmt.

Die Inhalte können informieren, animieren und konkret zum Handeln auffordern. Zeitlich limitierte Rabatte per QR-Code auf dem Display

liefern in Verknüpfung mit der Kasse Insights über Absprung- oder Conversionrate der In-Store-Aktion.

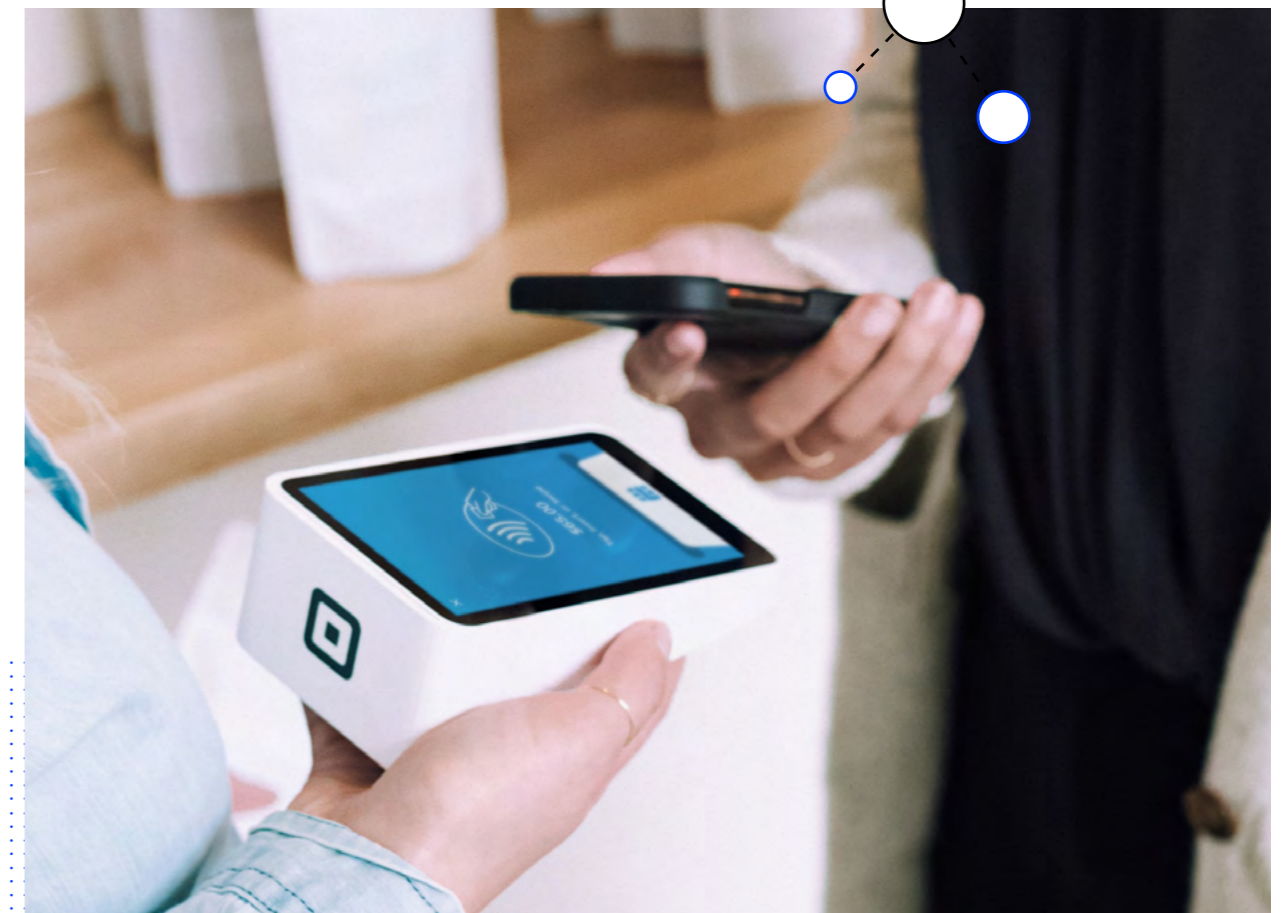
Als Funktion des Core Modules werden alle Daten auf der Plattform gesammelt und für die Weiterverarbeitung bereitgestellt. Zusätzlich stellt das Modul ergänzende Informationen über die Aufenthaltsdauer in den verschiedenen Verkaufszonen bereit. Das unterstützt Einzelhändler dabei, ihre Produkte am POS optimal zu inszenieren und wirksame Marketingaktionen zu planen.

Verkaufszahlen, Kundenverhalten und -interessen verknüpfen: Cash Register.

Hat sich ein Kunde für ein Produkt entschieden, werden die Kassendaten mit den Metadaten des Käufers verknüpft. Cash Register erstellt eine durchschnittliche Persona zu jedem verkauften Produkt. Das liefert Retailern einen Überblick über ihre Verkaufszahlen sowie den direkten Beweis dazu, ob ihre erstellte Zielgruppe mit der Realität übereinstimmt.

Dieses Wissen können Händler strategisch nutzen, um ihre Marketingstrategie und ihr

Sortiment zu optimieren und evidenzbasierte Entscheidungen zu treffen, die ihre Erlöse nachhaltig steigern. Zusätzlich wird die Verbindung zum Käufer gehalten, indem dieser dem digital übermittelten Kassenbon zustimmt. Das Core Module der Plattform sammelt und stellt gewonnene Daten bereit, die danach verarbeitet werden können.



Werbebotschaften ausspielen und bewerten: Spot-Statistic.

Große LED-Displays, interaktive Touchscreens und weitere Digital Signage Displays ziehen durch Bewegtbilder die erwünschte Aufmerksamkeit auf sich. Sie generieren längere Interaktionszeiten als statische Medienträger und zielen darauf ab, Kunden unmittelbar zum Kauf zu bewegen. Die Spot Daten werden mit der Digital Signage Software zur Bewertung der Werbebotschaften mit der Retail Platform verbunden. Retailer sehen, welche Spots

in verschiedenen Verkaufszonen die längste Abspielzeit hatten und wie das Kaufverhalten beeinflusst wurde. Ein Vergleich der verkauften und beworbenen Produkte liefert einen direkten Beweis über die Wirksamkeit von Marketingbotschaften, um zielgerichtet reagieren zu können. Das Core Module erfasst und speichert die gewonnenen Daten auf der Plattform. Diese stehen dann zur Weiterverarbeitung bereit.



seit 2005 – echtes Know-How für Digital Signage

Digital Signage generiert im Vergleich zu statischen Werbeträgern mehr Aufmerksamkeit, längere Interaktionszeiten und eine individuelle Ansprache. Retailer können von unserer herausragenden Expertise in diesem Bereich profitieren, denn **dimedis** entwickelt seine Digital Signage Software „**kompas**“ bereits seit 2005 stetig weiter. Unsere Komplettlösung bietet umfangreiche Funktionen zur Steuerung des Digital Signage Netzwerks und ist mit Screens, Tablets, LED- und Videowalls aller Hersteller kompatibel. **kompas** ist intuitiv per Smartphone bedienbar und erfüllt alle Voraussetzungen für erfolgreiche digitale Werbung.



Insights identifizieren und qualifizieren: Dashboard.

Der Kunde ist entlang seiner persönlichen In-Store-Customer Journey vom unsichtbaren Assistenten begleitet und getrackt worden. Jetzt gilt es, diese einheitlich gesammelten Daten zu nutzen. Unser responsives Dashboard stellt alle Informationen übersichtlich, leicht verständlich, optisch ansprechend strukturiert dar. Hier werden nach unterschiedlichen Gewichtungspunkten die Daten für weitere technologische und menschliche Entscheidungen und Handlungen ausgewertet. Retailer sehen

beispielsweise, wie viele Personen sich gerade im Geschäft aufhalten, um welche Einkaufsgruppen es sich handelt und für welche Produkte sie sich interessieren. Das Dashboard präsentiert die Inhalte klar und übersichtlich durch aussagekräftige Diagramme. Durch die Wahl des Diagrammtyps und ein einheitliches Design wird eine hohe Informationsdichte gewährleistet. Auch ein Vergleich mehrerer Standorte wird in Echtzeit ermöglicht.



Daten vergleichen und Effizienz steigern: Division Control.

Die Vergleichs-Analysen der Daten unterstützen Retailer, die Effizienz ihrer Geschäfte und ihren Umsatz im Auge zu behalten und mit gezielten Maßnahmen proaktiv zu agieren. Retailer können rechtzeitig auf Veränderungen reagieren und potentiellen Umsatzeinbrüchen an punktuellen Stellen einen Schritt voraus sein. Division Control vergleicht beispielsweise die Besucheranzahl der einzelnen Bereiche der Vorwoche

mit weiteren Daten aus der Plattform, um einer folgenden unausgewogenen Besucherverteilung proaktiv entgegenzuwirken. Auch ein Vergleich zwischen verschiedenen Geschäften ist mit Division Control möglich. Dies ist besonders interessant, wenn die Stores in der Nähe von einander liegen, um daraus Entscheidungen – beispielsweise den Zielgruppen-Fokus der jeweiligen Stores – abzuleiten.

Retail Analytics: Nutzenmaximierung für den Retail.

Das Core Module der Retail Platform bietet alle Grundfunktionen, um die Customer Journey mittels Datenanalysen zu optimieren und Abverkäufe durch gezielte Werbekampagnen zu steigern. Muster und Trends werden frühzeitig identifiziert und neue Möglichkeiten erkannt, damit erfolgreiche Marketingmaßnahmen umgesetzt werden können.

Moderne Stores können mehr als nur ein Verkaufsraum sein: Kommunikationsräume, die Kunden einzigartige Einkaufserlebnisse bieten. Unser Core Module unterstützt den Einzelhandel dabei, gleichzeitig wertvolle Daten zu sammeln und durch das Kundenverhalten immer weiter zu lernen. So können Retailer Kunden binden, stabil wachsen und ihre Erlöse steigern.

Retail Analytics – sicher, modular und flexibel

Trotz detaillierter Datengewinnung und umfassenden Einblicken in das Kundenverhalten sind diese Methoden zur Vergleichsanalyse sowie alle anderen Funktionen unserer Softwarelösung selbstverständlich vollkommen DSGVO-konform und sicher. Daten werden nicht solo bei Fremdanbietern, sondern von **dimedis** gespeichert und verarbeitet.

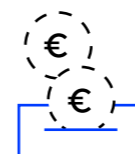
Retail Analytics – Vorteile für den Retailer auf einen Blick:



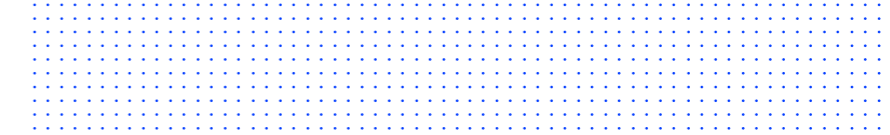
Erkenntnisse gewinnen – unsere Lösungen begleiten Kunden im Store wie ein unsichtbarer Assistent und sammeln an jedem Touchpoint am POS detaillierte Daten.



Kundenverhalten verstehen – die gewonnenen Daten werden analysiert und aufbereitet, um das Verhalten der Kunden zu verstehen und Trends zu entdecken.



Erlöse steigern – durch datenbasierte, erfolgreiche Marketingkampagnen, höhere Abverkäufe durch personalisierte Interaktion so wie digitale Werbeflächen als neue Umsatzquellen.



Modulare Erweiterungen für verstärkend tiefere Insights.

Die Systemstruktur der Retail Platform ermöglicht eine fortlaufende Weiterentwicklung. Zusätzliche Features liefern noch exaktere Daten und Erkenntnisse; ausgewählt und angewendet nach Bedarf und Zielen.



Jeder Store-Besucher ist einzigartig. Das Core Module bietet wichtige Funktionen, um Daten zum Kundenverhalten zu sammeln und sie umfassend zu verstehen. Unsere erweiternden Module gehen darüber hinaus und nutzen alle Möglichkeiten der Retail Platform. Mit diesen Erweiterungen können Stores verschiedene Aspekte der Customer Journey weiter optimieren und Ihre Umsätze steigern.

Für präzise Erkenntnisse zum Kunden: Fingerprint Module

Das Fingerprint Module erfasst den einzelnen Kunden so individuell und einzigartig, wie es seine Bedürfnisse und Interessen sind, vollkommen unabhängig von Größe oder Architektur des Stores. Anders als beim Modul People Flow liegt der Hauptfokus hier auf jedem einzelnen Kunden. Unsere innovative Technologie nutzt 3D-Sensorik in Kombination mit Bilderkennung, um einen zufälligen, datenschutzkonformen Fingerabdruck zu erstellen. Parameter wie Größe, Geschlecht, Alter, Features wie Brille und Haarfarbe und Position im Store werden erfasst und ergeben ein individuelles Profil während seines Aufenthalts im Laden. Auch beim Wechseln der Etage oder beim Gang zu Umkleidekabinen wird der Kunde erkannt. Damit ist eine individuelle und akribische Erfassung der Kundenbewegungen möglich. Der Einzelhändler kann frei entscheiden, an welchen Stellen via Sensor Daten gesammelt werden sollen. Das Modul markiert an eigens vom Retailer festgelegten Zonen, wo der Touchpoint des Kunden mit dem Store festgehalten und analysiert werden soll.

Trotz revolutionärer Technologie sind die Hardwarekosten um bis zu 75% geringer im Vergleich zu herkömmlichen Systemen.

Systemsteuerung für optimale Einkaufserlebnisse: XP Management Module

XP Management steuert und maximiert die Nutzung anderer Systeme der Retail Platform, mit dem Ziel, Kunden ein möglichst personalisiertes und angenehmes Einkaufserlebnis zu bieten. Es sorgt unter anderem für eine reibungslose Steuerung von Digital Signage- und Instore Radio-Systemen. Durch die Verbindung und die Kommunikation zwischen der Plattform und diesen Systemen können Stores Inhalte gezielt anpassen, zur optimalen Zeit ausspielen und Streuverluste minimieren.

Erworbene Erkenntnisse nutzen: Intelligence Module

Dieses Modul hilft Einzelhändlern dabei, ihre gewonnenen Daten korrekt zu interpretieren und automatisiert zu nutzen. Das System greift auf vorhandene Informationen zu, steuert alle Inhalte, plant Kampagnen und führt sie aus. Intelligence Module passt sich kontinuierlich an das sich verändernde Einkaufsverhalten an und ermöglicht Retailern datenbasierte Entscheidungen zur Store-Optimierung und Umsatzsteigerung.

Retail Media: Smarte Lösungen für automatisierte und personalisierte Werbung im Retail

Instore Retail Media befindet sich in einer entscheidenden Wachstumsphase: Das Potenzial von digitaler POS-Werbung ist riesig. Die Kommunikation kann über eine Vielzahl von verschiedenen In-Store Werbeträgern erfolgen.

Die Anwendungsfälle der Werbekunden gehen längst über einfaches Shopper-Marketing hinaus, hin zu komplexeren Off-Site-Aktivierungen, die auf First- und Second-Party-Daten basieren. Händler besitzen etwas, das für Werbetreibende äußerst attraktiv ist: Proprietäre und hochwertige First-Party-Daten, die sich unmittelbar am POS der Produkte der Advertiser befinden. Und dank der Retail Platform lässt sich die Wirksamkeit dieser Kampagnen sofort und transparent messen. Händler bieten den Werbetreibenden eine ganzheitliche und zielgruppenorientierte Medienlösung an.

Maximale Aufmerksamkeit am POS

Unsere Plattform macht es möglich, dass Retailer ihre digitalen Touchpoints am POS mit vielfältigen Funktionen optimal auswerten können und durch den Verkauf digitaler Werbeflächen neue Umsatzquellen bei Werbetreibenden erschließen. Das System greift auf Daten zum kundenspezifischen Einkaufsverhalten zurück und erstellt basierend darauf Angebote, die ge-

nau auf die Interessen der Kunden zugeschnitten sind. So wird die begehrte Aufmerksamkeit genau dort geweckt, wo es zum Verkauf kommen kann. In Kombination mit der Digital Signage Software unterstützt das Retail-Media-Module Händler dabei, die Markensichtbarkeit am POS deutlich zu erhöhen und ihre Umsätze zu steigern.

Retail Platform und Retail Media

Die Retail Platform enthält einen Core, der einzelne, aufeinander abgestimmte Module vereint und durch erweiternde Module wächst. Retail Media ist ein ausspielendes Modul, das mit den Erkenntnissen in der Retail Platform in direktem Zusammenhang agiert.



Programmatic Advertising: Automatisierung und neue Erlösquellen

Programmatic Advertising ermöglicht eine gezielte und automatisierte Ausspielung digitaler Werbeflächen und -zeiten über verschiedene Supply Side Platform-Systeme (SSP). Advertiser wiederum können auf einer Demand Side Platform (DSP) digitale Werbeflächen mieten und Kampagnen schalten. Beide Plattformen ermöglichen den Ein- und Verkauf von Werbeflächen in Echtzeit und die optimale Nutzung von Werbezeitpunkten. Advertiser bekommen auf diesem Weg Zugang zu Werbeflächen und der gewünschten Zielgruppe, und Retailer stellen digitale Touchpoints am POS partiell zur Verfügung – behalten jedoch stets die volle Kontrolle ihrer Präsentationsflächen.

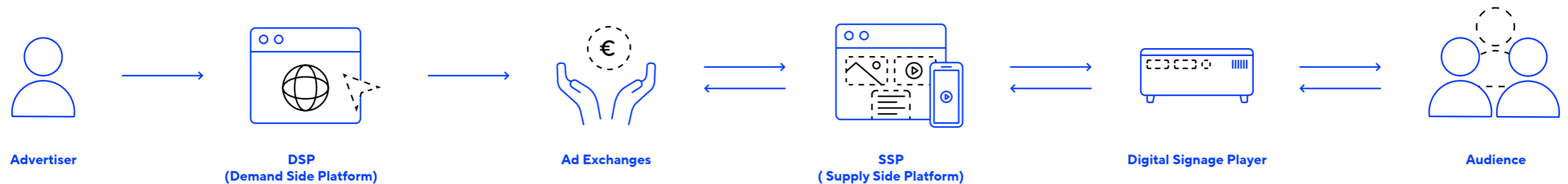
mehreren SSP-Anbietern. Diese Plattformen enthalten passende Screenanbieter mit den dazugehörigen Informationen über Zielgruppe und Conversionrates und teilen ihm mit, welche Zielgruppe in welcher Menge erreicht werden kann. Die Relevanz der digitalen Werbefläche wird durch die Zielgruppenqualität bestimmt, und so werden in einer Echtzeitauktion Zeitraum und Wert der Werbeflächen festgelegt. Unsere Softwarelösung ist einer der Inventarpartner des SSP Anbieters, worin Werbeinhalte ausgespielt werden. Anschließend erhält der Advertiser vom DSP Rückmeldung über die erfolgreiche Ausspielung seiner Werbekampagne.

Programmatic Advertising: in der Praxis

Möchte ein Advertiser eine neue Werbekampagne auf Screens präsentieren und dabei eine spezifische Zielgruppe ansprechen, kann er dafür in einem Auktionsverfahren Werbeflächen mieten. Dafür kommuniziert er bei einem Online-Handelsplatz für Werbung mit



Programmatic Advertising: Vermarktung durch Real Time Bidding



Closed Shop Module: Enabeling von automatisierten Werbekampagnen

Retail Media Closed Shop ermöglicht Retailern die volle Kontrolle über ihre Media Partner und Inhalte. Durch die Integration von Sensorik können Kundendaten als Multiplikator genutzt und die Attraktivität der Werbeflächen spürbar erhöht werden. Standorte, die über umfangreiche Daten verfügen, sind für Advertiser besonders interessant, da diese Daten den Wert der Werbefläche erhöhen. Solche Daten sind unter anderem das Kundenalter, Impressions, die Aufenthaltsdauer der Kunden, die durchschnittliche Aufmerksamkeit und die Ausspieldauer.

Closed Shop: in der Praxis

Ein Advertiser lädt seine Werbekampagne in die Retail Platform hoch und konfiguriert die Häufigkeit der Ausspielung, Standorte und Zielgruppe. Durch die Kommunikation mit der Retail Platform wird der Wert einer Werbefläche berechnet. Die Impressions, Alter und demografische Daten der Zielgruppe sind ausschlaggebend für den Preis. Der Advertiser erhält eine Abfrage nach verfügbaren geeigneten Werbe-

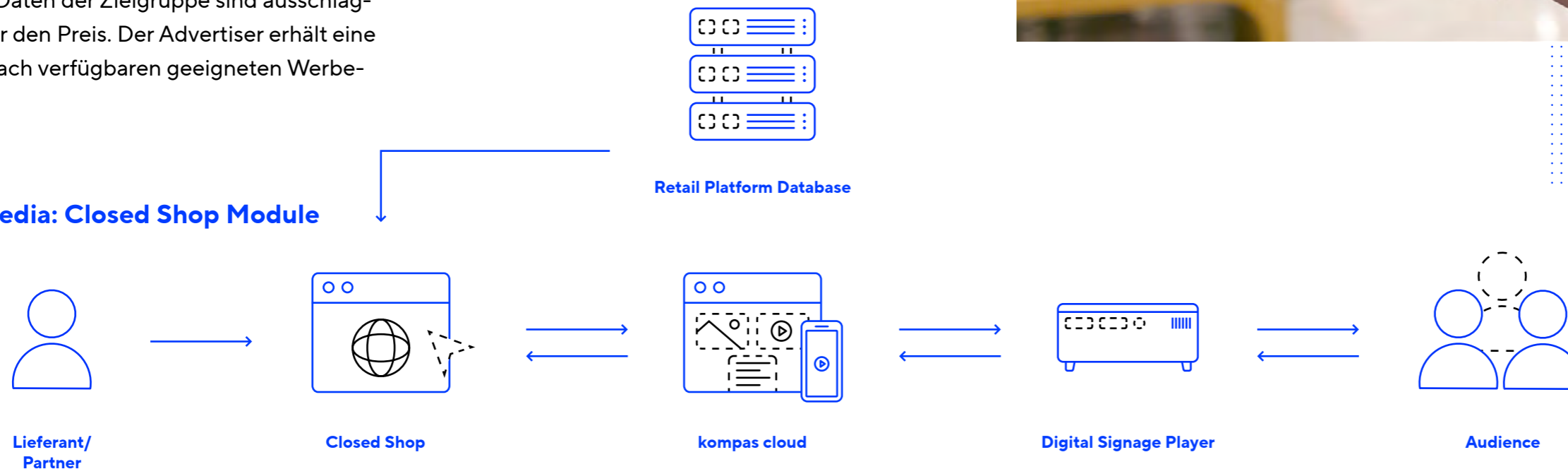
plätzen im **dimedis** Closed Shop Module. Nach der Freigabe erfolgt automatisch die Ausspielung der Werbeinhalte, die Rechnungsstellung erfolgt am Monatsende. Durch diesen Prozess wird eine effiziente Abwicklung und Abrechnung der Werbekampagnen sichergestellt.

Die Zukunft der Werbung im Einzelhandel

Retail Media bietet Einzelhändlern intelligente Lösungen, die den Verkauf ankurbeln. Am POS werden Kunden direkt und individuell angesprochen. Zusätzlich können Stores Werbezeiten und digitale Touchpoints optimal nutzen, um von neuen Erlösmöglichkeiten zu profitieren. Insgesamt liefert Retail Media alle Funktionen für wirksame und dynamische Marketingstrategien zukunftsorientierter Stores.



Retail Media: Closed Shop Module



Gemeinsam das Einkaufserlebnis der Zukunft gestalten

Daten aus vielzähligen Touchpoints der In-Store-Customer Journey smart miteinander verbunden. Das ist der passende Schlüssel in die Zukunft von Omnichannel Retailing. Wir kommen von der analogen Seite auf den Kunden zu – mit vernetzenden Softwarelösungen und minimalen Hardware-Einsatz.



Seit 1996 entwickelt **dimedis** Software-Lösungen für den Retail. In dieser Zeit haben wir uns umfangreiches Know-How in Retailprozessen angeeignet. Unsere Expertise liegt deshalb darin, die spezifischen Aufgabenstellungen des Marktes im Detail zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen zu entwickeln. Durch unsere aktive Mitgliedschaft in Verbänden des Retailwesens und der Digitalen Transformation bleiben wir stets auf dem neuesten Stand und sind kontinuierlich in Forschung und Trendstudien involviert.

Besonderen Wert legen wir auf eine ganzheitliche Betrachtung des Marktes aus Perspektive des Einzelhandels und der Kunden. Mit unserem Entwicklerteam, sowohl lokal als auch international, stehen wir unseren Kunden jederzeit zur Verfügung. Ein reger Austausch mit führenden Technologieunternehmen ermöglicht uns die passgenaue Auswahl projekt- und produkt-stärkender Kooperationen. All dies befähigt uns durchdachte, schnelle und stabile Ergebnisse zu liefern.



Unsere Vision für den Einzelhandel

Seit unserer Gründung 1996 stellen wir Retailern Softwarelösungen zur Verfügung, um ihren Kunden optimale Einkaufserlebnisse bieten zu können. Die ständige Weiterentwicklung unserer Produkte an die Bedürfnisse des Markts und unsere holistische Expertise in der Branche führen zu unserer heutigen Vision: Omnichannel Retailing – eine vollkommene Verschmelzung aller verfügbaren Vertriebskanäle für ein durchgängiges Einkaufserlebnis. Eine unsichtbare Verknüpfung von Datenbanken, Systemen und Prozessen ermöglichen einen optimalen Absatz am passenden Ort zum richtigen Zeitpunkt.

Kontakt

Unser Büro

Vogelsanger Straße 78
50823 Köln, Deutschland

www.dimedis.io



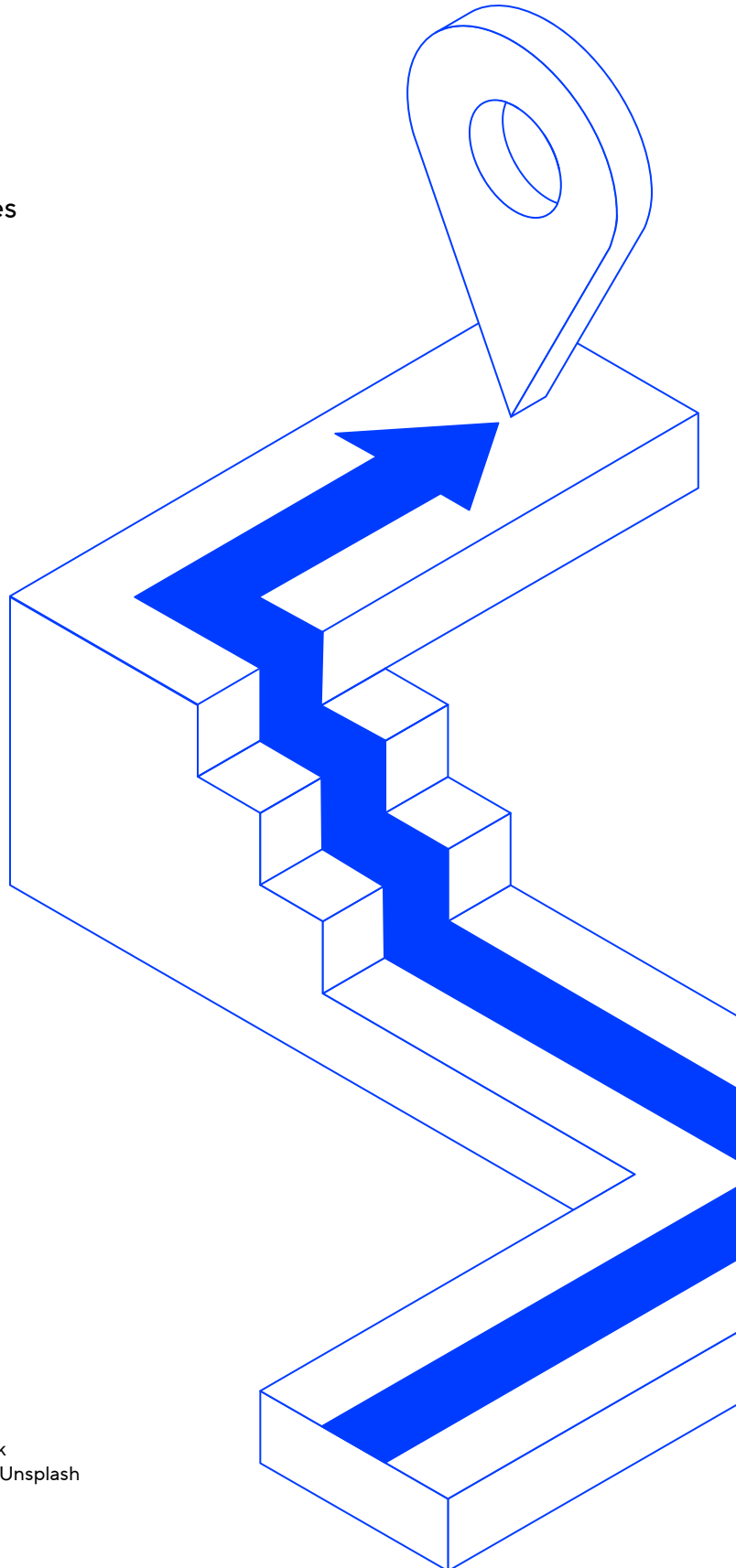
Patrick Schröder
Head of Digital Signage & Sales
pschroeder@dimedis.de



Jürgen Kraus
Senior Retail Consultant
jkraus@dimedis.de



Sascha Printz
Retail Consultant
sprintz@dimedis.de



Fotos:

Alle verwendeten Fotos und Screenshots stammen von der dimedis GmbH. Ausnahmen bilden:

Cover: Xianjuan HU auf Unsplash

Retail Data Platform, Marketing & Revenue Streams: Orbon Alija auf iStock

Retail Platform Core Module: Ron Lach auf Pexels; Christiann Koepke auf Unsplash

Retail Platform Control: gorodenkoff auf iStock

Programmatic Alex Gretter Fotografie; Panuwat (Balls) auf iStock