

ExtremeLocation Lösungen steigern mit personalisiertem und maßgeschneidertem Einkaufserlebnis die Kauflust

Mithilfe kontextbezogener Analysen der Extreme Networks Lösung können Einzelhändler die Ladeneinrichtung sowie die Kundenansprache optimieren und ihren Umsatz steigern

Frankfurt, 10. Januar 2018 – Die ständig wachsende Anzahl von Kunden, die mobile Geräte auch beim Einkaufen in Geschäftsfilialen verwenden, bringt immer mehr Einzelhändler dazu, mobile Touchpoints für das Einkaufserlebnis in Geschäften zu integrieren. [Extreme Networks, Inc.](#) (NASDAQ: EXTR) unterstützt Händler bei der digitalen Transformation und hilft ihnen beim Aufbau von zukunftsfähigen Geschäftsfilialen. Dazu stellt der Netzwerkspezialist seine neue Lösung ExtremeLocation™ vor, die es Händlern ermöglicht, Vorlieben ihrer Kunden zu erkennen, sie gezielt anzusprechen und ihr Einkaufserlebnis in der Geschäftsfiliale mithilfe ihrer Mobilgeräte zu personalisieren. Mithilfe kontextbezogener Analysen über WLAN und BLE (Bluetooth Low Energy) Beacon-Technologie, erhalten Händler und Personal in Filialen ein besseres Verständnis für Besucherdemographien, das Einkaufsverhalten, persönliche Vorlieben und den genauen Aufenthaltsort von Besuchern in der Filiale. Auf diese Weise kann das Verkaufspersonal die Kunden besser persönlich ansprechen und betreuen, ihr Einkaufserlebnis verbessern, Arbeitsabläufe sowie das Layout von Geschäftsflächen optimieren und letztlich den Umsatz steigern.

„Einzelhändler sind zunehmend unter Druck, ihren Kunden auch im stationären Handel ein vielfältiges Einkaufserlebnis zu bieten“, erklärt Bob Laliberte, Practice Director & Sr. Analyst beim Analystenhaus ESG Global. „Laut unseren Umfrageergebnissen¹ wollen deshalb 32% der Einzelhandelsunternehmen 2018 ihr Budget vor allem auch für Edge Analysen² ausgeben. Durch das Einbeziehen der immer häufiger beim Einkaufen in Geschäftsfilialen genutzten Mobilgeräte, hilft Extreme den Händlern dabei ihren Kunden mithilfe der neuen Location Technologien und Analyselösungen eine sichere und personalisierte Einkaufserfahrung in Echtzeit zu bieten.“

ExtremeLocation bietet dank seiner Cloud-basierten Technologie hochgradig skalierbare, sichere und granulare Standort-basierte Services. Einzelhändler können diese auf Tausende von Niederlassungen ausrollen und an 100.000 Access Points anbinden, um spezifische Analysedaten über Kunden und Mitarbeiter zu sammeln. Die Analysedaten erfassen neue oder wiederkehrende Besucher, die einzelne Verweildauer im Geschäft, Heatmaps, Haupt- und Nebenzeiten, das Verhältnis von Kunden zu Mitarbeitern pro Einkaufsbereich und den momentanen Standort der Kunden auf 1 bis 2 Meter genau. Mithilfe dieser Informationen können Filialmitarbeiter die Kundenanforderungen besser erfüllen. Außerdem können Händler die Ladengestaltung, die Produktplatzierung und die Mitarbeiterplanung optimieren und vorgegebene rollenbasierte Policies festlegen. Mithilfe der kontextbezogenen Kampagnen-Engine können Einzelhändler personalisierte Push-Benachrichtigungen aktivieren, mit denen die Kunden direkt angesprochen werden. Insgesamt wird somit auch die Kauflust und Einkaufsmenge gesteigert.

Zudem hat der stationäre Einzelhandel durch den intuitiven Zugriff auf die eigenen umfangreichen Analysen des Kaufverhaltens die Möglichkeit, wie reine Online-Einzelhändler zu agieren. Dazu wird das Verhalten von Online-Käufern auf die Aktivität im Laden übertragen. So können Händler ihre Erfahrungen aus Onlinehandel und Ladengeschäft verbinden und dadurch die Marken- und Kundenbindung verbessern, während sie gleichzeitig den Umsatz im Geschäft steigern.

¹ ESG Master Survey Results, 2018 IT Spending Intentions Survey, December 2017

² Edge Analysen: Big-Data-Analysen am „Rand des Netzwerks“ z.B. über angeschlossene Endgeräten

Haupteigenschaften der Lösung:

- **ExtremeLocation Multi-Tier Location Services:** Einzelhändler können mobile Endgeräte erfassen, egal, ob diese über WLAN verbunden sind oder nicht. Mithilfe der WLAN Triangulation wird ersichtlich, in welchem Bereich des Geschäfts sich die Geräte gerade befinden, und eine genaue Ermittlung der Position ist möglich.
- **ExtremeWireless WiNG™:** die integrierte kabellose Infrastruktur der Lösung kombiniert die BLE- sowie die WLAN-Technologie, um Kunden und Mitarbeiter eines Ladengeschäfts miteinander zu vernetzen.
- **Mobile Interaktion mit kontextbasierter Campaign Engine:** Diese kontextbasierte Funktion sammelt Analysedaten und liefert mithilfe von BLE Beacons umfassende Einblicke darüber, welcher Kunde wann, wo und wie ein Ladengeschäft betritt, um so ein personalisiertes Einkaufserlebnis zu schaffen.
- **ExtmeGuest™:** Eine umfassende Lösung zur Kundengewinnung und -analyse, die demographische Daten der Kunden sammelt, um eine personalisierte Kundenansprache zu ermöglichen.

„ExtremeLocation ermöglicht Anwendern aus dem stationären Einzelhandel neue Einblicke und versetzt sie damit in die Lage, die Grenzen zwischen Onlinehandel und Ladengeschäft zu überwinden und die entstehenden großen Datenmengen für die Personalisierung des Einkaufserlebnisses zu nutzen“, so Patrick Groot Nuelend, GM Retail and Transportation & Logistics Market bei Extreme Networks. „Wir freuen uns, eine hochskalierbare Lösung auf den Markt bringen zu können, die die Leistungsfähigkeit von WLAN- und Analyse-Technologien kombiniert, um das Kaufverhalten der Kunden zu erfassen. So wird das Ladenpersonal in die Lage versetzt, Kunden besser zu verstehen, in Echtzeit zu beraten und letztlich den Umsatz zu steigern.“

Extreme stellt seine neuesten Technologien unter anderem vom 14. bis zum 16. Januar auf der NRF Retail BIG Show im Javits Convention Center (USA) vor (Stand #1204).

Weiteres Informationsmaterial:

Mehr über die Extreme Networks Lösungen für den Einzelhandel erfahren Sie unter Extreme [Retail Solutions](#) unter den jeweiligen Download Links zur den Produktseiten (ExtremeLocation [Product Page](#), ExtremeWireless WiNG [Product Page](#)).

Whitepaper und Studien zum Thema:

- Mobile User Engagement Apps – [Trends and Requirements \[Survey and Infographic\]](#)
- Planet Retail Personalization [Whitepaper](#)
- [NRF Retail's BIG Show Event Page](#)

Sie finden Extreme außerdem auf [Twitter](#), [Facebook](#), [YouTube](#), [LinkedIn](#) and [Google+](#)

Über Extreme Networks

Extreme Networks, Inc. (EXTR) bietet softwaregesteuerte Netzwerklösungen, mit denen IT-Abteilungen überall das ultimative Geschäftsergebnis erzielen können: stärkere Verbindungen mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern. Drahtgebunden, drahtlos, vom Desktop zum Rechenzentrum, vor Ort oder über die Cloud: Wir bedienen in mehr als 80 Ländern Kunden und bieten 100% qualifizierten Call-in-Support für große und kleine Unternehmen, darunter auch einige weltweit führende Namen in Wirtschaft, Hospitality, Einzelhandel, Transport und Logistik, Bildung, Bundesbehörden, Gesundheitswesen und Fertigung. Gegründet im Jahr 1996, hat Extreme seinen Hauptsitz in San Jose, Kalifornien. Weitere Informationen finden Sie unter www.extremenetworks.de



Extreme Networks, ExtremeWireless, ExtremeManagement, ExtremeAnalytics und das Extreme Networks-Logo sind Marken oder eingetragene Marken von Extreme Networks, Inc. in den USA und / oder anderen Ländern. Andere Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

Pressekontakt:

GlobalCom PR Network
Martin Uffmann und Wibke Sonderkamp – +49 89 360363-40
E-Mail: ExtremeNetworks@gcpr.de - Web: www.gcpr.net

Extreme Networks

Jörg Bonarius, Senior Marketing Manager
+49 69 47860 171
E-Mail: joerg.bonarius@extremenetworks.com

Forward Looking Statements

Except for the historical information contained herein, the statements in this release, including those concerning ExtremeLocation and ExtremeGuest retail solutions, are "forward-looking statements" within the meaning of the "safe harbor" provisions of the Private Securities Litigation Reform Act of 1995. These forward-looking statements speak only as of the date of this release. Actual results or events could differ materially from those anticipated in those forward-looking statements as a result of certain factors, including: the possibility that we might experience delays in the development or introduction of new technology and products, the possibility that our new product introductions may not be as successful as we anticipate or may not perform as expected, and the possibility that new products may have quality or other defects or deficiencies in the early stages of introduction..

More information about potential factors that could affect Extreme's business and financial results is included in Extreme's filings with the U.S. Securities and Exchange Commission, including, without limitation, under the captions: "Management's Discussion and Analysis of Financial Condition and Results of Operations," and "Risk Factors." Except as required under the U.S. federal securities laws and the rules and regulations of the U.S. Securities and Exchange Commission, Extreme Networks disclaims any obligation to update any forward-looking statements after the date of this release, whether as a result of new information, future events, developments, changes in assumptions or otherwise.