

Case Study: Von Online zum POS. sanofi-aventis erreicht mit POS-Screens einen Verkaufsuplift von 19.9%

Mit POS-Screens
19.9%
mehr verkauft

Bisolvon Dual
2in1
REIZ-HUSTEN + HALS-BESCHWERDEN

- ✓ Beruhigt Reizhusten
- ✓ Lindert Halsbeschwerden

Medizinprodukt. Lesen Sie die Packungsbeilage. sanofi-aventis (schweiz) ag, 1214 Vernier

REIZHUSTEN?
Bisolvon Dual

Die Excom Media Screens runden unseren Marketing-Mix am POS ab, und dank der Digitalisierung ist das Tool flexibel einsetzbar.

Patrick Leimgruber
Head of Marketing CHC
sanofi-aventis (schweiz) ag

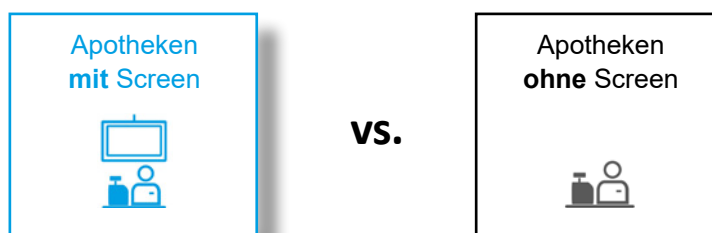
Animiert Werbung auf POS-Screens zum Kauf? sanofi-aventis (schweiz) ag wollte es wissen und hat getestet

sanofi-aventis (schweiz) ag zeigt ihre Online-Kampagne der Bisolvon Dual Produktgruppe mit einem animierten Werbespot auch auf den Apotheken-Screens von Excom Media. Die darauffolgende Analyse der Verkaufswerte belegt: Der Einsatz hat sich gelohnt. Die POS-Screens wirken und animieren zum Kauf.

Der Vergleich

Der unabhängige Gesundheitsinformations- und Technologiedienstleister IQVIA hat **zwei strukturähnliche Stichproben** erstellt. Untersucht wurden insgesamt ϕ 744 Apotheken* (219 mit Screen vs. 525 ohne Screen**). Um eine Vergleichbarkeit der unterschiedlich grossen Stichproben zu erlangen, wurde zunächst der Verkaufswert (Produktumsatz) pro Apotheke errechnet.

Im Test wurden die Verkaufswerte von Apotheken mit Screen und Apotheken ohne Screen vor der Kampagne indexiert und dann miteinander verglichen.



* Variierende Anzahl von Standorten, je nach Kampagnenmonat.

** Die 219 Apotheken mit Excom Media Bildschirm wurden mit allen anderen Apotheken der IQVIA Datenbank, die in den aufgezeichneten Monaten Bisolvon Dual verkauft hatten (525 Standorte), verglichen.

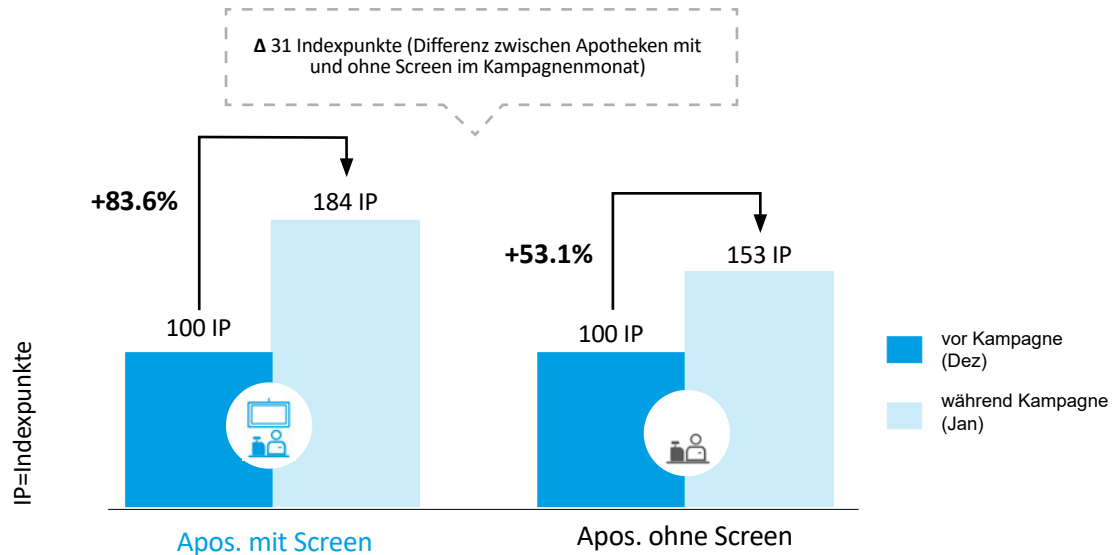
Die Kampagne

① **Online-Kampagne:** Generiert die gewünschte Reichweite und spricht potenzielle Kunden ausserhalb der Apotheke an. ② **Newsflash:** Die monatliche Programmvorschau mit Fachpersonen-Wettbewerb (30% Rücklauf im Januar) sensibilisiert das beratende Fachpersonal der Screen-Apotheken über die bevorstehende POS-Kampagne. ③ **POS-Screens:** Zeigen die Kampagne am Verkaufspunkt, wo sie den Kaufentscheid beeinflussen und den Kaufimpuls triggern.



Herleitung: 83.6% Verkaufswachstum bei Screen-Apotheken

Schritt 1: Verglichen wurden die Verkaufswerte pro Apotheke **innerhalb** der jeweiligen Stichprobe vor und während der Bisolvon Dual Kampagne. Indexiert Dezember 2019.

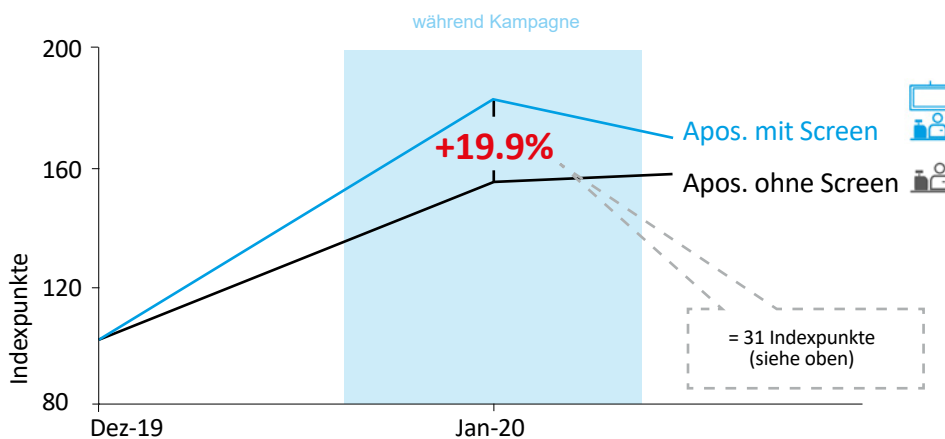


Während der Kampagne sind die Verkaufswerte von Bisolvon Dual in Apotheken mit Screen 83.6% höher als vor der Kampagne. Demgegenüber liegt das Verkaufswachstum von Apotheken ohne Screen bei nur 53.1%, was einer Differenz von 31 Indexpunkten entspricht. Diese Betrachtung schafft die Grundlage für den direkten Vergleich der beiden Stichproben.



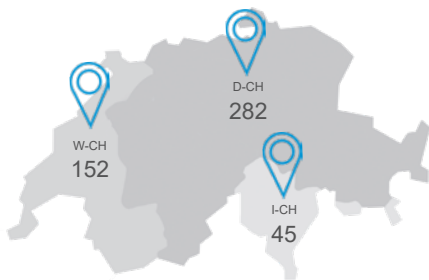
Fazit: 19.9% Verkaufsuplift bei Screen-Apotheken

Schritt 2: Verglichen wurden die Verkaufswerte pro Apotheke **zwischen** den Stichproben im Kampagnenmonat. Indexiert Dezember 2019.



Die Screen-Apotheken verzeichnen einen **Uplift der Verkaufswerte von 19.9%** im Vergleich zu Apotheken ohne Screen. Das Resultat bestätigt: Die POS-Screens sind erfolgreich und animieren zum Kauf. Sie bringen die Werbebotschaft an den POS, wo Kaufentscheidungen fallen, und runden somit die Reichweitenkampagne am Verkaufspunkt erfolgreich ab.

Healthcare & Beauty Channel im Überblick



Stand: Juni 2020

Standorte

Die rund **500 Grossbildschirme** befinden sich im Kassenbereich von mittel- bis hochfrequentierten Apotheken und Drogerien. Immer im Blickfeld der wartenden Kundschaft.

Ihr Vorteil

Ihre Produktwerbung wird auf Knopfdruck **schweizweit** ausgestrahlt und kann weder verstellt, weggezappt noch überdeckt werden.

3 Mio
Zielgruppenkontakte
pro Monat

Zielgruppenkontakte

Ihre Werbebotschaft erreicht rund 3 Mio. Kunden pro Monat*. Apothekenkunden sind aufmerksam, oft in einer Wartesituation und befinden sich in Kaufbereitschaft.

Ihr Vorteil

So erfährt Ihre Werbung kaum Streuverlust und **beeinflusst den Kaufentscheid** der Kundschaft direkt am Verkaufspunkt.

*Errechnet anhand von Kassenaktivitäten der Standorte

5'000
Fachpersonenkontakte
pro Monat

Fachpersonenkontakte

5'000 Fachpersonen sehen täglich Ihre Werbebotschaft mehrfach, denn Ihr POS-Spot erscheint pro Tag mindestens 130-mal in Grossformat.

Ihr Vorteil

Ist ihr Produkt beim Fachpersonal präsent, wird es **empfohlen und gekauft**, denn 70% der Apothekenkunden verlassen sich bei der Produktwahl auf deren Empfehlung*.

*Quelle: Sanatrend Online-Auswertung Januar 2012. Warum kaufen Sie ein bestimmtes Produkt?

**Wir freuen uns
auf Ihre Anfrage!**



Marc Goetti
CEO
marc.goetti@excommedia.ch



Khevan Hauser
Key-Account Manager
khevan.hauser@excommedia.ch