

Rethinking Retail: Best Retail Cases gesucht

Die interessantesten und schönsten Ideen rund um Covid-19 im Fokus

Erding, 09. Juli 2020. Es gibt unzählige Optionen, mit denen sich der Handel für Gegenwart sowie Zukunft rüstet und Einkaufserlebnisse im Laden oder online kundenfreundlich gestaltet. Die Best Retail Cases-Plattform, eine weltweite Initiative der Location Based Marketing Association, bittet alle Interessierten, ihre Lösungen einzutragen und lädt zum Stöbern in der Datenbank ein. Technologie-, Marketing- und Serviceanbieter, aber auch der Handel selbst sind aufgerufen, ihre besten, innovativsten und praktischsten Lösungen einzustellen - egal ob im eCommerce-Bereich, in stationären Filialen oder plattformübergreifend. Zudem können die Einreicher an einer Award-Prämierung teilnehmen. Die erste fokussiert sich im September auf das Thema: Sehenswertes rund um COVID-19: Rethinking Retail – die besten und schönsten Ideen.



Die Location Based Marketing Association und ihr weltweites RetailTour-Konzept mit Shop-Live-Touren und Workshops, hat die Webseite Best Retail Cases gestartet. Früher nur für die Teilnehmer der RetailTour sichtbar, ist die Case-Datenbank nun auch öffentlich zugänglich. Zu finden sind die innovativsten und interessantesten Beispiele aus dem Handel und wie sich moderne Technologien und Services effektiv einsetzen lassen. Unternehmen können hier die unterschiedlichsten Anwendungen präsentieren und so einem breiten Publikum zugänglich machen.

Alle Cases lassen sich zusätzlich auch für den Best Retail Award einreichen, der am 2. September im Rahmen der RetailTour Conference Rethinking Retail im ersten Turnus vergeben wird. In insgesamt fünf Kategorien prämiert eine fachkundige Jury und Händler (per Anwendervoting) die besten praktischen Beispiele für die fortschreitende Evolution des Handels. Aus aktuellem Anlass gibt es diesmal eine Sonderkategorie für alle technischen Neuerungen, die aufgrund der Covid-19-Pandemie eingeführt wurden. Die weiteren Preisträger werden in den Kategorien Technology, eCommerce, Omnichannel sowie Marketing, Service & Store Design gekürt. Um am Award teilzunehmen, müssen die Cases bis zum 25. Juli eingereicht werden.

Die Gewinner profitieren von einem Mediabudget unserer Partner und einer umfassenden Berichterstattung in zahlreichen Medien. Und auch schon während des Anwendervotings werden die Cases auf der Webseite und den Medien beworben und zum Voting präsentiert.

Händler und Marktteilnehmer werden regelmäßig aufgerufen unter den jeweils präsentierten Cases-Gruppen ihren Favoriten zu wählen. Das Voting startet am 27. Juli, läuft bis zum 30. August und ist in drei Phasen unterteilt. Derzeit ist erst eine Auswahl der bereits eingereichten Cases sichtbar, damit wir die Qualität der Einträge bis zum Beginn der Abstimmung noch weiter verbessern können. Spätestens zum Votingbeginn am 27. Juli sind alle Cases freigeschaltet.

Hintergrund Best Retail Cases

Die Plattform informiert über die besten Installationen und Lösungen im nationalen und internationalen Handel. Früher nur für die Teilnehmer der RetailTour sichtbar, ist sie nun auch öffentlich zugänglich. Ziel ist es, eine der größten Plattformen im Handel zu werden. Weltweit sind aktuell 1.000 Cases gelistet.

Hintergrundinformation Location Based Marketing Association e.V.

Die Location Based Marketing Association ist ein internationaler Verband, der die Verbindung der realen Welt mit der digitalen Welt in das Zentrum seiner Aktivitäten stellt. So ist der LBMA e.V. die Vertretung und Plattform für alle ortsbezogenen Lösungen & Services von Unternehmen/Organisationen am Point of Sale und Point of Interest.

Ansprechpartner für die Presse:

Jacqueline Gebhard

LBMA e.V., Projektleitung Best Retail Cases

T: +49(0)8122 / 553 6442

E-Mail: j.gebhard@thebma.org

Internet: www.thebma.org | www.bestretailcases.com