

Games am POS

Filipp Issa, Managing Director Games09

Virtual Worlds Camp 2
Berlin, d. 26. Mai 2009



Inhalt

- Games09
- POS
- Online-Geschäftsmodelle
- Gegenüberstellung
- Fazit

Inhalt

- **Games09**
- POS
- Online-Geschäftsmodelle
- Gegenüberstellung
- Fazit

Games09

- Philosophie
- Positionierung
- Referenzen
- Team
- GamesKöpfe

Games09

- **Philosophie**
- Positionierung
- Referenzen
- Team
- GamesKöpfe

Philosophie

- Free Love
 - Geschenke, Geschenke
 - Win³
- Networking
- Strategische Partnerschaften

Games09

- Philosophie
- **Positionierung**
- Referenzen
- Team
- GamesKöpfe

Positionierung

Games09 inszeniert Games und Gaming-Produkte auf Events, Messen, Roadshows und am POS und ist spezialisiert auf One-to-many-Kommunikation.

Games09

- Philosophie
- Positionierung
- **Referenzen**
- Team
- GamesKöpfe

Referenzen

- Veranstalter des deutschlandweit größten POS-Events für Games und Gaming (nächster Termin: 06.04. – 10.04.2010)
- Veranstalter **Games-Festival** (30.07. – 01.08.2009)
- Veranstalter von GamesKöpfe-Stammtischen (18.08.2009, Köln)
- Teilnahme an Messen (GC, CeBit, RPC, gamescom)
- Teilnahme an **allen** Neueröffnungen, Jubiläen und Sonderaktionen der Media-Saturn-Gruppe
- POS-Marketing und -Aktionen (Events, Roadshows, Gewinnspiele, Produkteinführungen, SIS, Werbemittel, Merchandise, ...)
- Innovative Event-Konzepte: skalierbar, niedrige Eintrittsbarrieren, Ressourcen schonend, starke Synergie-Effekte
- Eigene Umsetzung
- Eigenes Entertainment-Programm, Gewinnspiel + Community
- Eigenes Equipment (professionelle PA, mobile PA, Gewinnrad, ...)

Games09

- Philosophie
- Positionierung
- Referenzen
- **Team**
- GamesKöpfe

Team

- Kernteam besteht aus 3 POS-Experten
 - Filipp Issa, Managing Director
 - Firas Damrah, Projectmanager
 - Richie Uno, Concepts & Entertainment

Durch Outsourcing und strategische Partnerschaften erweitert sich das Team projekt- und zielorientiert um professionelle Mitarbeiter.

Games09

- Philosophie
- Positionierung
- Referenzen
- Team
- **GamesKöpfe**

GamesKöpfe – Wir sind die Gamesbranche

- Im Januar 2008 von Philipp Issa gegründet
- Führendes Netzwerk d. Branche bei Xing
- Über 2.000 Mitglieder, die gemeinsam mehr als 800 Unternehmen vertreten

Inhalt

- Games09
- **POS**
- Online-Geschäftsmodelle
- Gegenüberstellung

- Fazit

POS

- Bestandsaufnahme
- Herausforderungen
- Veränderung des Wettbewerbs durch Online-Handel
- Chancen und Möglichkeiten am POS

POS

- **Bestandsaufnahme**
- Herausforderungen
- Veränderung des Wettbewerbs durch Online-Handel
- Chancen und Möglichkeiten am POS

Bestandsaufnahme

Handelsketten
Fachhändler

Location

Werbung

Service und Garantien

Beratung und Verkauf

Produktportfolio

Entwicklung

Produktpräsentation

POS

- Bestandsaufnahme
- **Herausforderungen**
- Veränderung des Wettbewerbs durch Online-Handel
- Chancen und Möglichkeiten am POS

Herausforderungen

- Kenntnis über direktes Wettbewerbsumfeld (Einzugsgebiet)
- (über-)regionaler Wettbewerb
- Online-Angebote
- Hohe Markttransparenz
- Exzellentes Serviceangebot als Wettbewerbsvorteil (z.B. Installation, Kulanz, ...)
- Werbung und Angebot

POS

- Bestandsaufnahme
- Herausforderungen
- **Veränderung des Wettbewerbs durch Online-Handel**
- Chancen und Möglichkeiten am POS

Veränderung des Wettbewerbs durch Online-Handel

**Umfangreiches
Produktportfolio**

Lieferung nach Hause

Open 24/7

Bonussysteme

**Ausführliche
Informationen**

Kostendruck

**Cashback
Goodies**

Tests

Kundenbewertungen

Preissuchmaschinen

Wishlists

Empfehlungsprogramme

Vertrieb virtueller Produkte

Kundendaten

POS

- Bestandsaufnahme
- Herausforderungen
- Veränderung des Wettbewerbs durch Online-Handel
- **Chancen und Möglichkeiten am POS**

Chancen und Möglichkeiten

- Aufbau von Wettbewerbsvorteilen durch realen Kundenkontakt
- Detaillierte und umfassende, persönliche Kundenberatung
- Bedarfsanalyse (Kundeninput)
- Cross-Selling
- Kundenbindung (persönliche Serviceangebote)
- Meinungsbildung durch kompetente Spezialisten
- Impulskäufe durch Schnäppchen-Phänomen
- Greifbarkeit und Sicherheit
- Shopping-Erlebniswelten und Auslösen von Emotionen (z.B. durch SIS, Events)

Chancen und Möglichkeiten

- Aufbau von Wettbewerbsvorteilen durch realen Kundenkontakt
- Detaillierte und umfassende, persönliche Kundenberatung
- Bedarfsanalyse (Kundeninput)
- Cross-Selling
- Kundenbindung (persönliche Serviceangebote)
- Meinungsbildung durch kompetente Spezialisten
- Impulskäufe durch Schnäppchen-Phänomen
- Greifbarkeit und Sicherheit
- Shopping-Erlebniswelten und Auslösen von Emotionen (z.B. durch SIS, **Events**)

Events

- Für Jung und Alt
- Teilnahme an allen Aktivitäten kostenlos
- Bühnenpräsentationen und Entertainment-Shows
- Großes Games09-Gewinnspiel
- Geschenke
- Entdecken & Ausprobieren, mit allen Sinnen die Produkte erfassen
- Direkte Kaufoption
- persönlich vermittelte Informationen
- Spaß und Freude
- Meinungsbildung
- Einsatz von prominenten Testimonials
- Sonderaktionen
- Ausführliches Kundenfeedback

Inhalt

- Games09
- POS
- **Online-Geschäftsmodelle**
- Gegenüberstellung
- Fazit

Online-Geschäftsmodelle

- E-Commerce (amazon, trade-a-game)
- Digitale Distribution (via Download)
- Online- / In-Game-Advertising
- Affiliate-Marketing
- Online-Abos (z.B. WOW)
- Item-Selling (am **POS** / via Free-to-play)

Online-Geschäftsmodelle

- E-Commerce (amazon, trade-a-game)
- Digitale Distribution (via Download)
- Online- / In-Game-Advertising
- Affiliate-Marketing
- Online-Abos (z.B. WOW)
- Item-Selling (am POS / via **Free-to-play**)

Free-to-play (1)

- Branchenübergreifender Trend zu Free Love
- Free Samples, etc.
- Niedrige Eintrittsbarrieren
- Kann große virale Effekte bewirken
- Einfacher Aufbau von positiver Einstellung und Meinung
- Gewinnrad-Aktion: Jeder Teilnehmer gewinnt!

Free-to-play (2)

Wer das innovativste Free-to-play-Modell hat, gewinnt den Wettlauf um den Konsumenten – in virtuellen wie realen Welten!

- Wie weit sollte also Free-to-play gehen?
- Free-to-play braucht Inszenierung

Inhalt

- Games09
- POS
- Online-Geschäftsmodelle
- **Gegenüberstellung**
- Fazit

Gegenüberstellung

- Persönlicher Kundenkontakt
 - Gezielte Steuerung des Kundenstroms
 - Bedarfsanalyse
 - Cross-Selling
 - Impulskäufe (Ikea)
 - Anonymes Einkaufen
 - Training, Beratung
- 24/7, Erreichbarkeit, Bequem
 - Umfangreichstes Produkt-Portfolio
 - Allgemeine Produkt- und Preistransparenz
 - Tests, Bewertungen
 - Wishlists, Gutscheine, Empfehlungsprogramme

Inhalt

- Games09
- POS
- Online-Geschäftsmodelle
- Gegenüberstellung
- **Fazit**

Fazit

- Online kann sehr viel von Offline lernen
- Stationärer Handel ist herausgefordert, nützliche Online-Konzepte zu integrieren
- Cross-Marketing
- Free-to-play-Modelle sind online wie offline sehr gefragt und werden sich weiter durchsetzen; Millionenumsätze sind durchaus generierbar

Vielen Dank für Euer Interesse.

Kontakt

Filipp Issa, Managing Director Games09
Tel: 0177 – 215 32 09
E-Mail: issa@games09.de