

MIGROS 「DISCOVER」

DIE AUGMENTED REALITY ANWENDUNG DER WELT, DIE JEDES PRODUKT
IN EINEN EIGENEN KOMMUNIKATIONSKANAL VERWANDELT.

1

Nimm ein Migros-Produkt

2

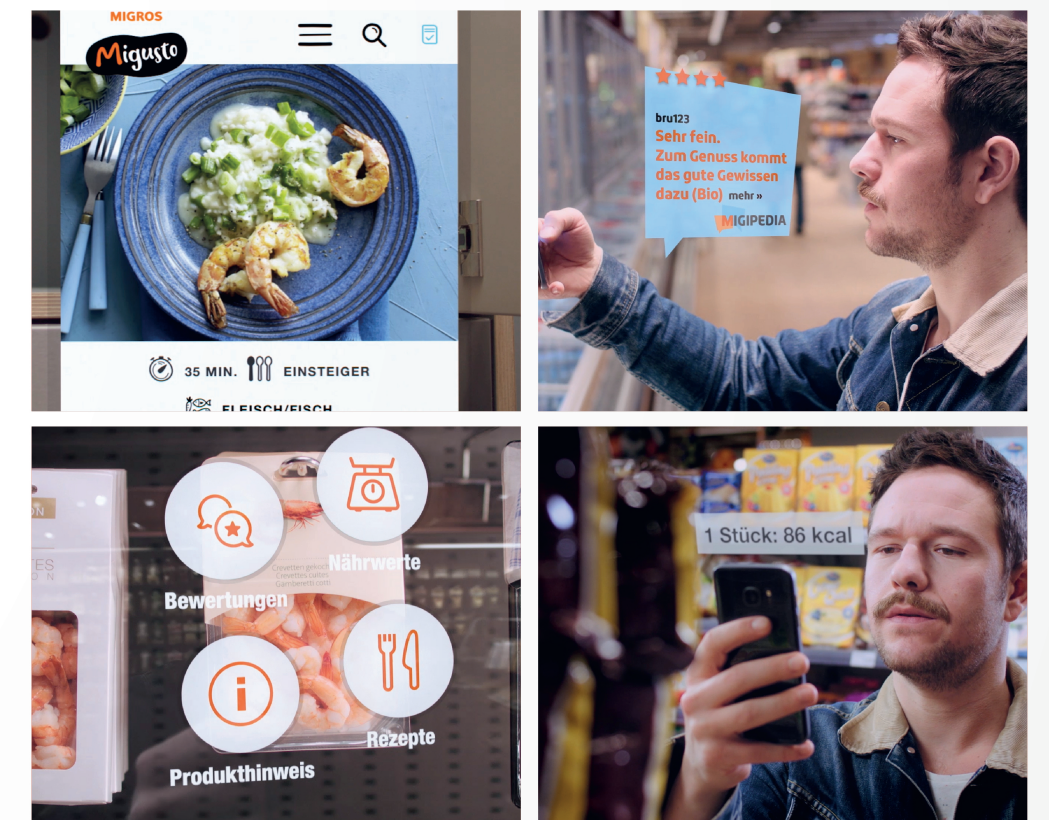
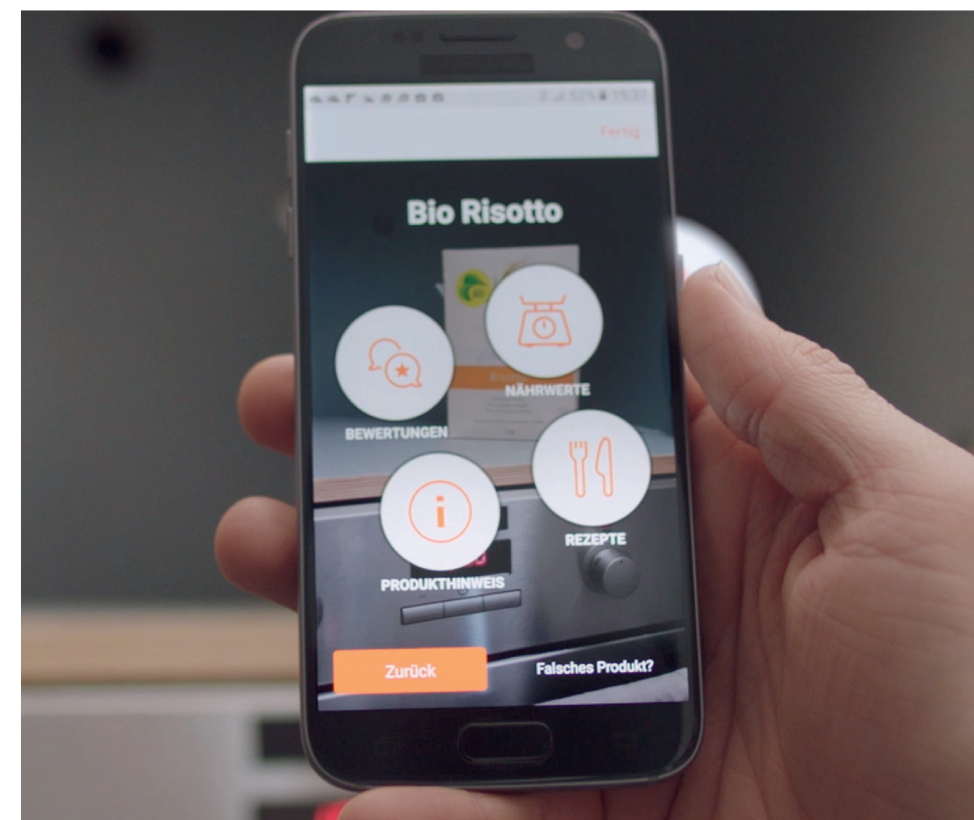
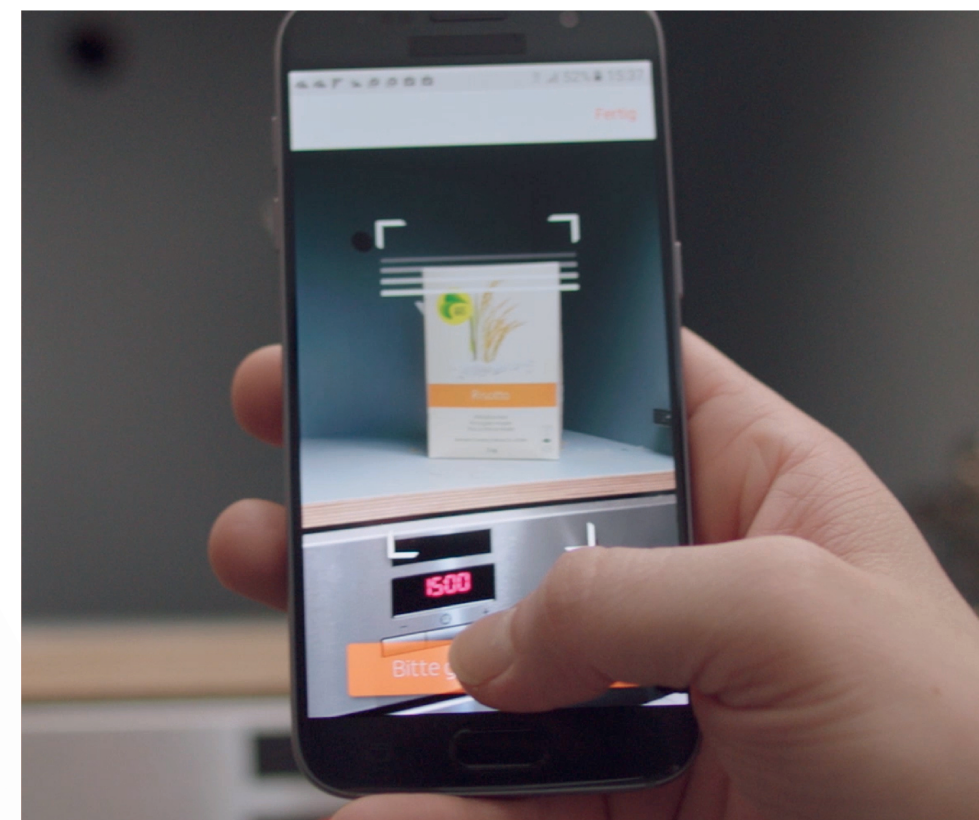
Scanne das Produkt mit Discover

3

Wähle ein Feature des Produkts

4

Erhalte, durch Verknüpfung verschiedener
Migros-Webdienste, Informationen
und Inspirationen rund um das Produkt



AUFGABENSTELLUNG: Detailhändler lotsen ihre Konsumentinnen und Konsumenten mit Produktwerbung üblicherweise auf Websites. Dort erhalten sie die gewünschten Informationen und Inspirationen rund um die Produkte. Online sind ebenfalls Herkunft und Nachhaltigkeit von Produkten ausführlicher deklariert. Oft sind aber diese Informationen über verschiedene Plattformen verteilt.

LÖSUNG: Discover erkennt über 10'000 Migros Produkte am POS, auf Postern, Anzeigen und im Bewegtbild. So entsteht ein neuer Media Kanal, mit dem die Konsumentinnen und die Konsumenten vor, während und nach dem Einkauf Zugriff auf über 90'000 Migipedia-Produktbewertungen, Nährwertangaben, Produkt- und Allergie-Hinweise sowie auf rund 3'500 Rezepte der Migros-Kochplattform Migusto haben. Und für die Migros bedeutet dies, dass sie Käufer direkt am POS gewinnt.

RESULTAT: Täglich werden 20'000 Scans vor, während oder nach dem Einkauf getätigt. Zu jedem 5. gescannten Nahrungsmittel werden dazu passende Migusto Rezepte aufgerufen. Jedes Produkt wird zu einem innovativen und auch interaktiven Kommunikationskanal, denn auch Migusto Produktbewertungen können direkt abgegeben werden. Und bereits 10% der Migros App Nutzer scannen Produkte. Die Berichterstattung rund um die Lancierung von Discover erreichte eine Medienreichweite von 5,2 Millionen, während der Mobile Traffic auf Migipedia um 45% gesteigert wurde.

BITTE DEN CASE-FILM ANSCHAUEN!