



ProCampaign Whitepaper

Mit smarten Touchpoints
zu messbaren Kunden-
Erlebnissen

Interaktive Kundenbindung und mehr Umsätze dank smarterer Technik

1. Wie NFC zum Gamechanger werden kann

Near Field Communication (NFC) hat sich am Point of Sale (POS) von einer reinen Zahlungstechnologie zu einem strategischen Enabler für Omnichannel-Erlebnisse entwickelt. Neben kontaktlosem Bezahlen ermöglicht NFC neue Formen der Kundeninteraktion, Datenanreicherung und Prozessautomatisierung.

Physische und digitale Komponenten verschmelzen zu einem hybriden Erlebnis. Dieses Whitepaper gibt einen praxisnahen Überblick über Technologie, Use Cases, Nutzenpotenziale und Implementierungsaspekte von NFC am POS.

2. Ausgangslage im Handel

Der stationäre Handel steht massiv unter Druck: steigende Kundenerwartungen, rasante Digitalisierung und ein immer aggressiverer Wettbewerb durch den E-Commerce setzen ihn von allen Seiten unter Spannung.

Und die Kunden von heute? Sie erwarten mehr:

- Sie wollen keine reine Verkaufsfläche – **sie wollen Erlebnisse.**
- Keine Standardberatung, sondern **echte, persönliche Ansprache** direkt am Regal.
- Keine Wartezeiten, sondern **nahtlose, schnelle Prozesse.**

- Keine getrennten Kanäle, sondern ein **reibungslos vernetztes Omnichannel-Erlebnis.**

NFC adressiert diese Anforderungen mit geringem Integrationsaufwand und hoher Nutzerakzeptanz.

3. Grundlagen: Was ist NFC?

Near Field Communication (NFC) ist eine Funktechnologie für den kontaktlosen Datenaustausch über kurze Distanzen (typischerweise < 4 cm).

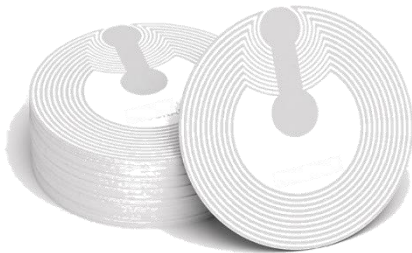
- **Interaktive Kundenbindung:** Nutze NFC, um traditionelle Marketingmaterialien in interaktive Touchpoints zu verwandeln. Kunden erhalten mit nur einem Fingertipp Zugriff auf eine Fülle von Informationen, Angeboten und digitalen Erlebnissen.
- **Nahtlose Integration:** Unsere Lösungen lassen sich nahtlos in bestehenden Marketingstrategien integrieren und ergänzen und verbessern klassische Ansätze.
- **Datengestützte Erkenntnisse:** Durch die Nutzung dieser Technologien erhältst du wertvolle Einblicke in das Kundenverhalten und die Kundenpräferenzen, wodurch datengestützte Marketingentscheidungen ermöglicht werden

4. Zentrale Merkmale:

- Es ist ein NFC-Tag und ein Smartphone nötig
- Tags benötigen keine eigene Stromversorgung
- Hohe Sicherheit durch kurze Reichweite

5. NFC-Anwendungsfälle am POS – Der ProCampaign Ansatz

Der bekannteste Use Case von NFC ist das Smartphone als digitale Bezahlungsfunktion, doch NFC in Verbindung mit ProCampaign kann viel mehr.



5.1 Smart-Tag mit ProCampaign trackbaren Link

Im NFC-Tag ist ein Link. Wenn wir das Tag liefern, können wir ein Link-Tracking über ProCampaign anbieten. Wir können auswerten, wie viele Konsumenten mit welchen Endgeräten den Link aufgerufen haben.

5.2 ProCampaign Wallet-Pass mit Reader Hardware

Es wird unter Einhaltung der DSGVO ein NFC-fähigen Wallet-Pass auf dem Smartphone installiert. Wir liefern die Lesehardware. Zugriffe durch den Wallet Pass werden in ProCampaign ausgewertet. Durch die Hardware eine funktionierende aber kostenintensive Lösung.



5.3 Smart-Tag mit ProCampaign App

Die skalierbarste und flexibelste Lösung. Am POS wird ein NFC -Tag eingesetzt, über die ProCampaign App wird dieser ausgelesen, der Zugriff ausgewertet und eine User-Journey ausgelöst. Es ist keine teure Hardware nötig, nur die Tags und die App.

6. Deine Vorteile

6.1 NFC-Tags am Produkt oder Regal

- Produktdetails, Herkunft, Inhaltsstoffe
- Anwendungsvideos oder Tutorials
- Nachhaltigkeits- und Zertifizierungsinformationen

6.1 Marketing & Kundenbindung

- Aktivierung von Loyalty-Programmen
- Personalisierte Angebote nach Tap
- Teilnahme an Gewinnspielen oder Aktionen

6.2 Omnichannel & Services

- Nachkauf-Services (Garantie, Registrierung)
- Click-&-Collect-Integration
- Verknüpfung mit Apps und CRM-Systemen

7. Mehrwert für Handel und Marken

Für Händler:

- Verbesserte Customer Experience
- Messbare Interaktionen am POS
- Reduzierung von Medienbrüchen

Für Marken:

- Direkter Touchpoint mit Endkunden
- Kontrolle über Inhalte am POS
- Erhebung von First-Party-Daten (DSGVO-konform)



8. Technische und organisatorische Umsetzung

8.1 NFC-Tags

NFC-Tags sind das Herzstück jeder Near Field Communication-Anwendung und bilden die Schnittstelle zwischen physischem Objekt und digitalem Inhalt. Je nach Anwendungsfall stehen verschiedene Formfaktoren zur Verfügung:

- **Sticker:** Dünn, flexibel und leicht auf nahezu allen Oberflächen anzubringen. Ideal für Marketingaktionen oder temporäre Anwendungen.
- **Inlays:** Eingebettete NFC-Chips in Etiketten oder Verpackungen, häufig für Produktkennzeichnung oder Logistikprozesse verwendet.
- **On-Metal-Tags:** Speziell für metallische Oberflächen konzipiert, mit abgeschirmter Antenne, um Signalverlust zu vermeiden.

Die Kosten liegen je nach Tag-Typ nur bei wenigen Cent pro Stück, wodurch großflächige Implementierungen wirtschaftlich realisierbar sind.

Darüber hinaus sind die Tags beschreibbar und updatefähig, sodass Inhalte geändert oder aktualisiert werden können, ohne dass der physische Tag ersetzt werden muss. Dies ermöglicht flexible Marketingkampagnen, dynamische Produktinformationen oder Updates.

8.2 Systemarchitektur

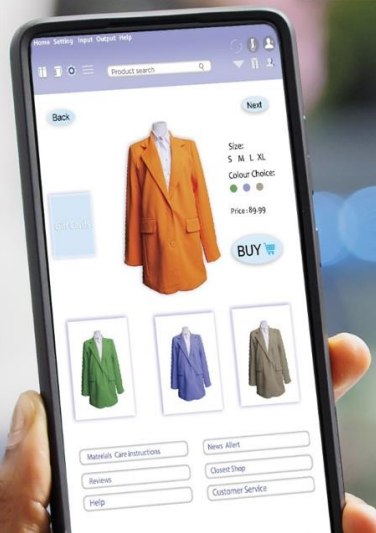
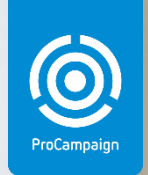
Die Funktionsweise eines NFC-Systems folgt einem klaren, standardisierten Ablauf:

- **NFC-Tag → Smartphone → Web/App:** Der Nutzer scannt den NFC-Tag mit einem NFC-fähigen Smartphone. Das Gerät liest die Tag-ID oder gespeicherte URL aus und leitet den Nutzer direkt zur verknüpften Anwendung, Webseite oder App.
- **Anbindung an Backend-Systeme:** Um Inhalte effizient zu verwalten, erfolgt die Integration in bestehende Systeme wie CMS (Content Management System), PIM (Product Information Management) oder CRM (Customer Relationship Management). Dadurch lassen sich Produktinformationen, Marketinginhalte und Kundendaten zentral steuern.
- **Cloudbasierte Content-Auspielung:** Inhalte werden über Cloud-Dienste bereitgestellt, sodass Updates in Echtzeit erfolgen können. Dies minimiert den Aufwand für lokale Datenpflege und erlaubt skalierbare Implementierungen über mehrere Standorte hinweg.

Die Architektur gewährleistet so eine nahtlose Verbindung zwischen physischer Welt und digitaler Infrastruktur, wobei Skalierbarkeit und Flexibilität zentral sind.

8.3 Sicherheit & Datenschutz

Da NFC-Technologien in direktem Kontakt mit Nutzern stehen, ist ein sorgfältiger Umgang mit Sicherheit und Datenschutz essenziell:



- **Keine personenbezogenen Daten im Tag:** NFC-Tags speichern nur Referenzen oder IDs, niemals direkte Nutzerdaten.
- **DSGVO-konforme Consent-Mechanismen:** Nutzer müssen der Datenerhebung aktiv zustimmen, z. B. über Einwilligungsdialoge in der App oder auf der Website.
- **Sichere HTTPS-Kommunikation:** Die Übertragung von Informationen zwischen Smartphone und Backend erfolgt verschlüsselt über HTTPS, um Abhör- und Manipulationsrisiken zu minimieren.

Diese Maßnahmen sorgen dafür, dass sowohl Unternehmen als auch Nutzer von einer sicheren und datenschutzkonformen NFC-Nutzung profitieren.

9. Ausblick

NFC verbindet das physische Produkt direkt mit dem digitalen Ökosystem – in Sekunden, intuitiv, ohne Hürden. In Kombination mit digitalen Produktpässen, steigender Nachhaltigkeitsregulatorik und intelligenten Loyalty-Plattformen entsteht ein völlig neuer

Mehrwert: Transparenz. Interaktion. Daten. Kundenbindung.

Am Point of Sale wird NFC damit vom technischen Feature zum echten Wachstumstreiber. Die nächsten Jahre werden zeigen: Wer Produkte smart vernetzt, gewinnt nicht nur Aufmerksamkeit, sondern langfristige Kundenbeziehungen.

10. Erfolgsfaktoren

- Klarer Use Case mit Mehrwert für den Kunden
- Intuitive Nutzerführung (Tap-to-Action)
- Aktueller, relevanter Content
- Messung und Optimierung (KPIs)

11. Fazit

Was früher ein Nice-to-have war, entwickelt sich jetzt zur Schlüsseltechnologie am POS. Richtig eingesetzt, wird sie zum strategischen Instrument für Differenzierung, Kundenbindung und datengetriebene Optimierung.