

Apex Germany

EVO-lution mit Marketing-Briefing



Herr Hubmann, welche Mittel stellen Sie Unternehmen für Werbung zur Verfügung?

Wir haben Produktflyer, in denen die Spiele aufgelistet sind und Pap-Pyramiden-Aufsteller, um den Fokus auf Apex-Produkte am POS zu erhöhen. Außerdem bieten wir Spieleflyer mit NFC-Speicherchips

an, auf denen Werbevideos gespeichert sind, die mittels NFC-Schnittstelle jeder Gast auf sein Handy laden kann (Foto unten links). Nicht zu vergessen unsere Pyramiden-Packungen mit Glückskelegummi!



Gerhard Hubmann,
Geschäftsführer Apex Germany

Geben Sie Empfehlungen für den optimalen Einsatz, die beste Platzierung weiter?

Mit den Platzierungen ist es so eine Sache, da die Spielhallen ja nicht alle gleich sind. Jedoch gibt es im Rahmen des Kommunikations-Consultings, das Apex anbietet, natürlich Analysen für jeden Standort, die wir fachlich fundiert auch den Aufstellern zur Verfügung stellen.

Gibt es von Ihnen so etwas wie ein „Marketing-Briefing“ für spezielle Geräte oder Gerätegruppen?

Ja, darauf legen wir großen Wert, da unser Produkt recht erklärungsintensiv ist. Meistens erfolgt dies im Zuge der After-Sales-Arbeit, da wir ja vorher nicht wissen, wo die Geräte beim Kunden aufgestellt werden.

Gibt es spezielle Ausstattung für die besondere Präsentation von einem Gerät oder einer Gerätegruppe?

Die SlantTop-Geräte und Standgeräte sind alle mit TopLights ausgestattet, die durch 3 Farben unterschiedlich „kommunizie-

ren“. Dadurch hebt sich ein Apex-Gerät schon auch von hinten und von Weitem von anderen Geräten ab.

Gibt es digitale Hilfsmittel wie Werbeclips o.Ä. für die Spielhallen-Monitore/Vernetzung?

Sollte ein Aufsteller in seiner Spielhalle Werbeclips oder Präsentationen via Computer laufen haben, dann können wir Präsentationen als Support oder einen Videoclip beisteuern.

Apex EVO-lution

Apex Germany bringt im Oktober vier neue Spielepakete der EVO-lution-Serie heraus: EVO-Cash, EVO-Wild, EVO-Fruits und EVO-Gold. „Neue Features für eine spannende Unterhaltung

und mehr Individualität für die betriebswirtschaftliche Steuerung durch den Aufsteller bringen effektvolleres Spielvergnügen für den Spielgast und bessere Ergebnisse für den Aufstellunternehmer“, erklärt Gerhard Hubmann, Apex Germany-Geschäftsführer. Dabei würden Abwechslung, Verweilzeit am Gerät und eine ausgeglichene „Spiel-Win“-Situation für Spielgast und den Aufstellunternehmer groß geschrieben. Mit 10 neuen Spielen in den einzelnen Spielepaketen bietet Apex einen „attraktiven Mix aus beliebten, kreativ unterhaltsamen und neuen Spielen“.

Die Spielepakete EVO-Cash, EVO-Wild, EVO-Fruits und EVO-Gold sind für jeden Gerätetypen verfügbar und können sowohl als

EVO-Spielhallen oder als EVO-Gastro-Paket durch individuelle Einstellungen eingesetzt werden. Hubmann: „Individualität wird bei der EVO Spielpaket-Reihe groß geschrieben. Jeder Unternehmer hat die Möglichkeit, an seinen Aufstellplätzen mit ein paar wichtigen Features die Systeme selbst einzustellen und dadurch Ergebnisse zu optimieren.“ Hubmann sieht die neuen EVO-Pakete als Ergänzung zu den Clover Cash-delux Spielepaketen. Alle Spielepakete von Apex seien in allen 3 Gehäusetypen SlantTop 27“, Casino Stand P24 und Wandgerät Delux einsetzbar.

