

# Erfolgreicher Abschluss der Service-Aktionstage

adp merkur service präsentierte breites Dienstleistungsportfolio



David Warkentin, IT-Projektleiter Merkur info.net, erklärt die Vorzüge des beliebten Vernetzungstools.

Espelkamp/Lübbecke. Unter dem Motto „Service in Aktion“ lud der adp merkur service, Tochterunternehmen und Service-Dienstleister der ostwestfälischen Gauselmann Gruppe, auch in diesem Jahr zu seinen beliebten Service-Aktionstagen ein. Zwischen dem 14. März und dem 11. April konnten interessierte Besucher die Dienstleistungswelt des adp merkur service hautnah erleben und die einzelnen Serviceangebote für sich entdecken. Experten vor Ort standen sowohl bei grundlegenden als auch bei speziellen Fragen der Besucher Rede und Antwort und erläuterten ihr Service-Angebot auf Wunsch sogar bis ins kleinste Detail.

Vor allem das Merkur info.net, eine Software zur Vernetzung unterschiedlichster Geräte innerhalb von Spielstätten, rief echte Begeisterung unter den Besuchern hervor. Dieses Tool überrascht seine Nutzer mit vielen hilfreichen Funktionen und ermöglicht ein optimales Spielstättenmanagement. Basis des Tools ist der Filialmonitor, über den die gesamte

Kommunikation mit den vernetzten Geräten läuft. Im Office Center können von der Störungsmeldung über die Zeiterfassung der Mitarbeiter bis hin zur Auslastung der Spielstätte unterschiedlichste Daten erfasst und verwaltet werden.



Experten vor Ort beraten die Besucher der Service-Aktionstage im persönlichen Gespräch.

Ebenso großer Beliebtheit erfreute sich auch MAS 3tech, der Alleskönner rund ums Datenmanagement. Mit diesem praktischen Gerät wird das Auslesen von Daten, das Freischalten oder Sperren von Spielen sowie das Anzeigen von Fehlerlisten zum Kinderspiel. Per High Speed Transfer sind Geldspielgeräteupdates in nur zwei Minuten möglich. Dank Bluetooth-Schnittstelle und USB-Anschluss geht auch die Verbindung des Gerätes mit PC oder Drucker schnell und einfach von der Hand, sodass alle Daten direkt angezeigt oder ausgedruckt werden können.

Großen Anklang bei den Besuchern der Aktionstage fand auch das Merkur Infotainment. Dieses innovative Tool bietet eine ideale Mischung aus Information, Unterhaltung, Service und Marketing und stellt für Spielstättenbetreiber einen echten Mehrwert dar. Mit Hilfe der vier Module Merkur TV, Merkur Kiosk, Merkur Pausenspiele und Merkur Spiel Check lässt sich das Merkur Infotainment individuell zusammenstellen: Das Angebot reicht von der Bereitstellung aktueller Nachrichten und Sportergebnisse über die Möglichkeit, Snacks und Getränke zu

bestellen bis hin zur Information der Gäste über das Spieleangebot vor Ort. Seit Neuestem bietet ein Selbsttest den Spielgästen die Gelegenheit, das eigene Spielverhalten zu prüfen.

Nicht zuletzt war auch die Little Helper App immer wieder Gesprächsthema während der Service-Aktionstage. Diese praktische Applikation eignet sich für alle Smartphones und Tablet-PCs mit Android- oder iOS-Betriebssystem und erleichtert seinem Nutzer das technische Tagesgeschäft enorm. Little Helper liefert aktuelle Neuigkeiten, ermöglicht den Zugriff auf Handbücher und technische Dokumentationen oder bietet einen Programm-Check, mit dem Geräte immer auf dem aktuellsten Programmstand gehalten werden können.



Auch der Stand des E-Zigaretten-Anbieters Snoke war gut besucht.

Um seinen Gästen neben dem eigenen Portfolio auch Anregungen und Informationen über interessante Neuheiten für Spielstätten zu präsentieren, lud der adp merkur service weitere Unternehmen ein, ihre Produktpalette vorzustellen. So waren beispielsweise der E-Zigaretten-Anbieter Snoke, der Geldwechselspezialist GeWeTe sowie der Kaffeeautomaten-Anbieter Kaffee Partner mit an Bord und stellten sich den Fragen interessierter Besucher.

„Die Service-Aktionstage waren auch in diesem Jahr ein voller Erfolg“, erklärt Joachim Mohrmann, Geschäftsführer des adp merkur service und Initiator der Aktionstage. „Unsere Veranstaltungen waren sehr gut besucht, was sicherlich auch

darauf zurückzuführen ist, dass die Aktionstage in diesem Jahr nicht nur in den vier Hauptvertriebszentren des Gauselmann Großhandels stattfanden, sondern in allen elf Niederlassungen bundesweit. Unsere Kunden hatten so die Möglichkeit, ‚ihre‘ Niederlassung zu besuchen und sich mit bekannten Gesichtern auszutauschen“, so Mohrmann abschließend.