

*alx.*



***designed for hearing care  
professionals***

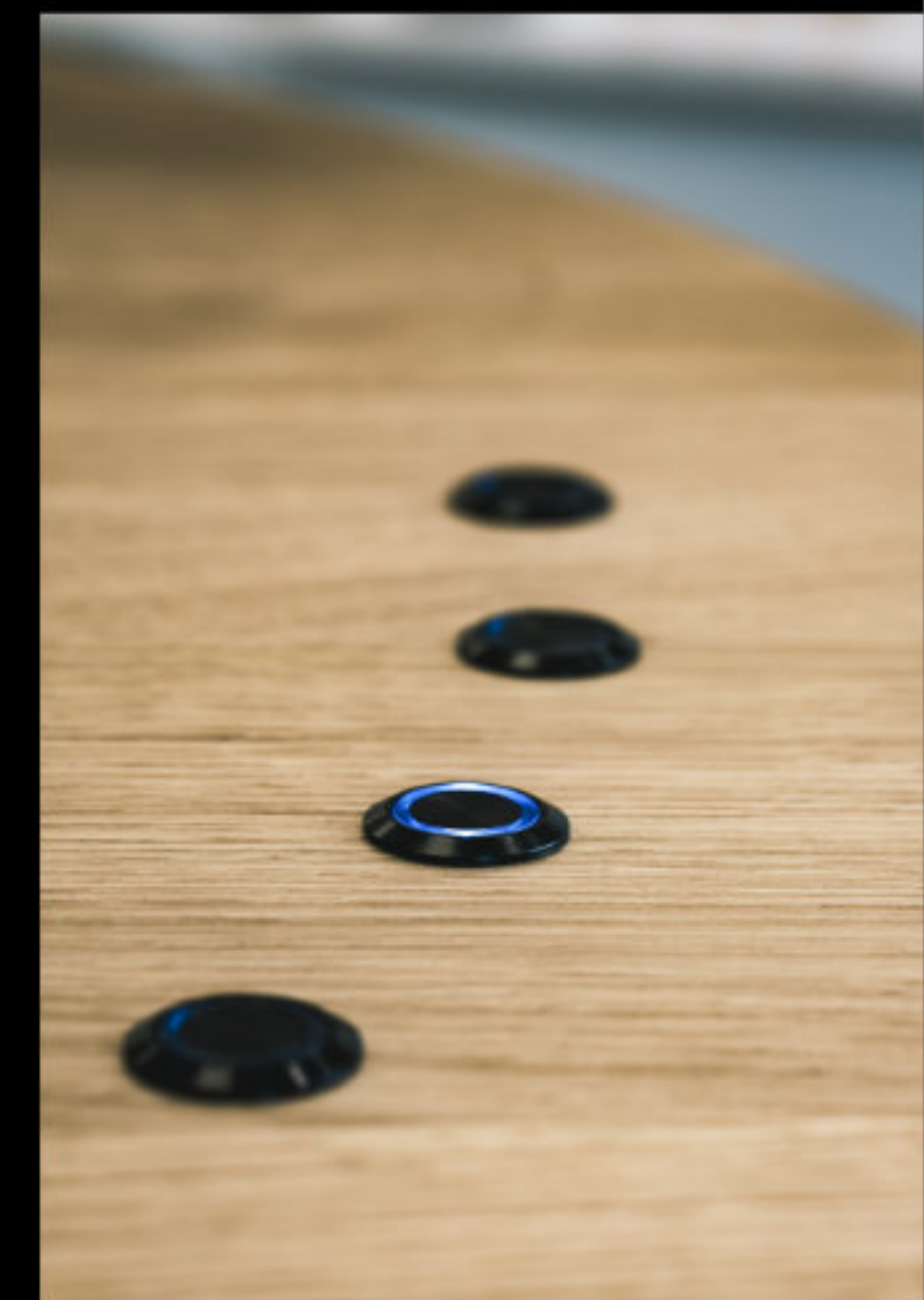
*alx.*



Der „Feature Tower“ – drei Ohren mit drei verschiedenen Hörsystemen & ein Referenzohr.



Die alx. Unit – mit vier Kopfhörern für das Hörerlebnis der Kunden, einem mobilen Lautsprecher & einem Tablet zur Soundsteuerung.



Vier Taster – um die Unterschiede der Hörsysteme live zu erleben.

*alx.*

# alx.

alx. – Augmented Listening Experience macht Hörtechnologie zu etwas, das man wirklich erleben kann. Per Knopfdruck können Kundinnen und Kunden zwischen verschiedenen Hörsystemen wechseln und den Unterschied in Echtzeit hören.

Simulierte Otoplastiken sorgen für ein authentisches Klangerlebnis, und Angehörige können live mithören – das fördert Verständnis und Akzeptanz. alx. verbessert die Versorgungsqualität, spart Zeit bei der Anpassung und eröffnet Hörakustikerinnen und Hörakustikern neue Möglichkeiten in der Nutzung ihrer Verkaufsfläche und in der Teamplanung. Präsentationsflächen und Zubehördisplays vervollständigen das innovative Store-Konzept.

In Deutschland leben rund 12 Millionen Menschen mit einer Hörminderung, doch nur etwa die Hälfte davon trägt Hörsysteme. Klassische, zeitaufwändige Beratungsmodelle stoßen zunehmend an ihre Grenzen.

Kundinnen und Kunden sind heute besser informiert denn je und erwarten transparente Vergleiche von Technologie und Kosten. Rein theoretische Erklärungen reichen oft nicht aus – Unsicherheit führt zu Fehlentscheidungen und mindert die Versorgungsqualität.

Gleichzeitig kämpft die Hörakustikbranche mit einem Mangel an Nachwuchskräften. Es braucht neue Wege, um Quereinsteiger sinnvoll einzubinden – ohne jahrelange Ausbildung und mit echtem Mehrwert.

Der Schlüssel liegt in einer erlebnisorientierten Beratung: Schon beim ersten Termin müssen Kundinnen und Kunden die Technologie spüren und verstehen können – nicht nur erklärt bekommen.

Nur so können sie sichere Entscheidungen treffen, Fehlversorgungen vermeiden und schneller zur optimalen Lösung gelangen. Der Beratungsprozess wird effizienter, transparenter und erfolgreicher.



# facts



**21,5 % mehr Umsatz\***

**19 % schnellere Versorgung\*\***

**16 % höhere Versorgungsquote\*\*\***

Zugrundeliegende Referenzwerte aus der Case Study mit dem Pilotpartner ZR Hörsysteme \* gesteigerter ASP, \*\* berechnet durch Nachkontrollen pro Anpassung, \*\*\* durch gesunkene Abbruchquote

*alx.*

# course study



**„alx.“ im Store von Zengerle & Riederer Hörsysteme  
Kempten (Allgäu)**



# case study

ohne alx.

mit alx.

z.Bsp.: Phonak Audéo I90-Sphere oder Signia Styletto 7IX

premium

46 %

57 %

z.Bsp.: Phonak Audéo I50-R oder Signia Styletto 3IX

comfort

30 %

38 %

z.Bsp.: Phonak Terra+ RIC-R oder Signia Styletto 1IX

basis

24 %

7 %

**Entwicklung abgesetzter Hörsysteme nach Kategorie Zengerle & Riederer Store in Kempten (Allgäu)**



# case study

**Laufzeit / Nachkontrollen**

- **19 % schnellere Versorgung durch Termineinsparung**
- **weniger vergleichende Anpassungen**
- **ca. 30 % geringere Raumbelastung durch intelligentes Ressourcenmanagement**

# case study

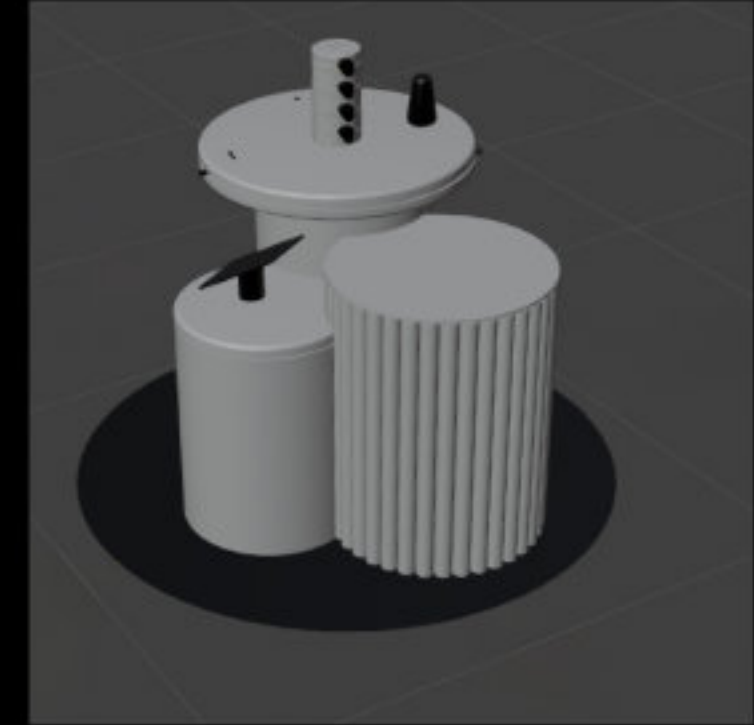
## Softfacts

- **Klare Differenzierung vom Wettbewerb: Mehr Aufmerksamkeit und Wiedererkennung durch eine einzigartige, bislang nicht dagewesene Beratungs- und Vermarktungsform – insbesondere an neuen Standorten.**
- **Effizientes Team Management: auch Azubis, Hörberater, Servicekräfte, Optiker können nach kurzer Schulung hochwertige, erlebnisorientierte Beratungen durchführen.**
- **Gesteigerte Kundenzufriedenheit erhöht die Empfehlungen und verbessert die Abschluss- und Versorgungsquote.**
- **Optimale Einbindung der Angehörigen: Begleitpersonen werden aktiv in den Entscheidungsprozess integriert, was das Verständnis erhöht und zu höherwertigen Versorgungsungen führt.**
- **Schnellere und zielgerichtete Beratung: Klare Fokussierung auf den Kundennutzen; wenige, relevante Hörbeispiele je Kategorie schaffen eine sichere Entscheidungsbasis.**
- **Förderung vorzeitiger Wiederversorgungen: die anschauliche Präsentation neuerer Hörlösungen ermöglicht einen schnellen Zugang zur Erlebbarkeit.**
- **Reduzierte Abbruchquote: Der Entscheidungsprozess verlagert sich von der Frage „ob“ zu „welches Hörsystem“.**

# types

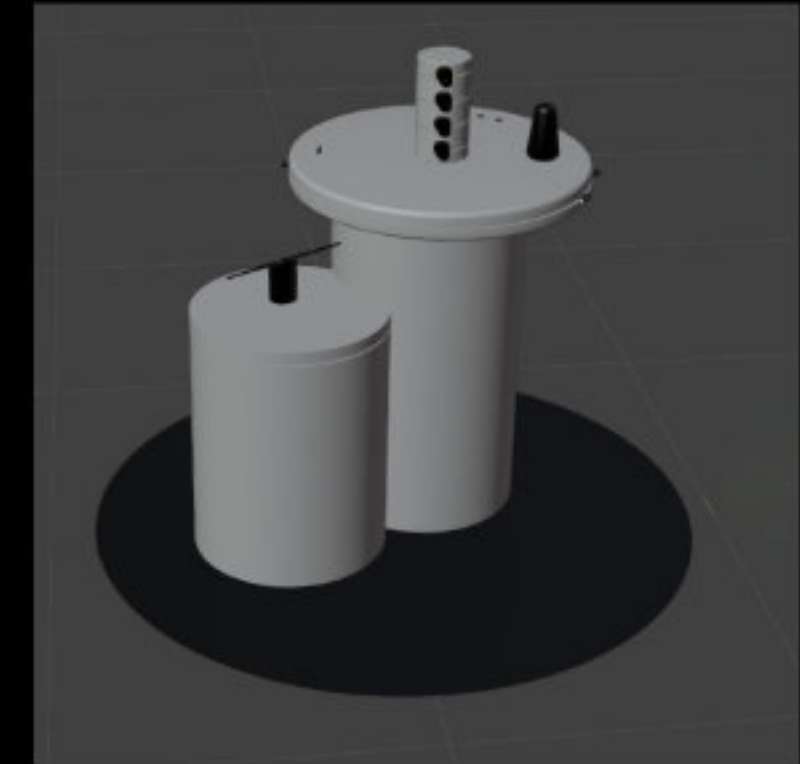
## **alx. original**

*Store alx. für maximales Potential mit 3 Säulen*



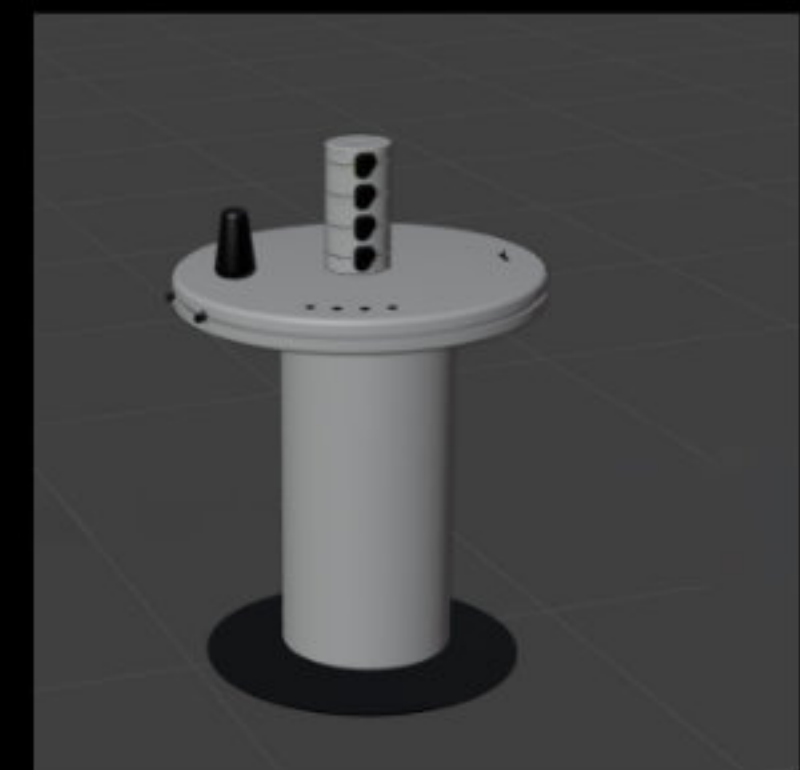
## **alx. standard**

*Standard Ausstattung mit 2 Säulen*



## **alx. compact**

*Für kleine Räume mit 1 Säule*





**hören erleben**

[www.alx-live.com](http://www.alx-live.com)

*alx.*