

Digitale Trends 2017 im Modehandel

Von Uwe Hennig, CEO Detego

Der „Always-on“-Kunde wechselt nach Belieben die Shoppingkanäle und zwingt den Händler durch den Wunsch nach „Shop everywhere at anytime“ zu einem Perspektivenwechsel. Nicht was der Händler verkaufen möchte steht im Mittelpunkt, sondern an wen. Jegliche Störung von offline zu online quittiert der Shopper mit einem „Nein-Kauf“. Diese Kundenzentrierung bedingt eine komplette Neuausrichtung der In-Store-Prozesse, -Technologien und des Personals. Welche Trends löst diese „Customer Centricity“ aus?

Trend # 1 Mobile Interactions

Aus dem Internet ist der Kunde schnelle Antworten gewohnt. Besonders, wenn es um die Verfügbarkeit eines Wunschartikels geht. Erhält er die Antwort nicht prompt, klickt er sich weiter zur Konkurrenz. Verwöhnt von der Auskunftsgeschwindigkeit im Web, erwartet der Kunde im Store denselben Service. Dieser

Trend wird einen weiteren Boom an mobilen Endgeräten wie Tablets und Smartphones auslösen, die am POS das Store Personal in die Lage versetzen, Auskünfte über einzelne Artikel während des Verkaufsgesprächs zu geben. Der Einsatz von mobilen RFID-Lesegeräten zur Permanentinventur oder Warenvereinnahmung im Store beschleunigt In-Store-Prozesse und stellt Echtzeitinformationen sicher. Neue Formen mobiler Interaktionen werden per digitalisierter Kundenkarte über das Smartphone zunehmen. Ebenso wie sich Mobile Payment flächendeckender durchsetzen wird.

Trend # 2 Omnichannel Forward

Omnichannel Retailing wird sich in seiner Entwicklung weiter dynamisch fortsetzen. Services wie Click&Collect sind schon länger bekannt und auch teilweise implementiert. Im Anschluss an diese Dienstleistungen folgt nun Return-to-Store (eComm Returns) und Ship-from-Store, um Kunden eine durch-

gehend positive Einkaufserfahrung zu bieten. Ein logistisches Fulfillment aus dem Store (Ship-from-Store) ist auch notwendig, um Lieferungen zeitnah zu realisieren und somit vom Kunden geforderte Services wie „Same-Day-Delivery“ anbieten zu können. Eine effiziente Umsetzung der Omnichannel-Services setzt Echtzeit-Transparenz über alle Bestände voraus. Die echte Verbindung aller Kanäle sowie die Digitalisierung im Store wird nicht nur für eine gelungene Customer Journey sorgen, sie wird auch Einsparungseffekte, Abbau von Überbeständen und viel mehr Einsicht in das Kundenverhalten bringen.

Trend # 3 Real-Time InStore Analytics

Die Frage nach: „Was will der Kunde?“ wird den stationären Handel zu mehr Intelligenz am POS treiben. Bislang war der Kunde, der den Store betrat, im Sinne seiner Kaufabsichten für den Händler eine „Black Box“. Valide Echtzeit-Daten, ihre Auswertung und die Ableitung von Hand-



lungsempfehlungen werden den stationären Handel in die Lage versetzen, ähnliche Kundenprofile wie der Online-Handel zu nutzen. Mit Auswertungen zur Warenverfügbarkeit der aktuellen Kollektionsartikel auf der Fläche, Anzahl der Artikel, die anprobiert, aber nicht gekauft werden, sowie der Artikelverweildauer auf der Fläche, wird der Händler sein Filialnetz aktiver steuern. Voraussetzung wird hier die Nutzung von Echtzeitdaten am POS für eine bedarfsgerechte Merchandise-Planung, -Steuerung und -Präsentation sein.

Trend # 4 **Internet-of-Things (IoT)**

Immer mehr Händler werden die Möglichkeiten des Internet-of-Things sowie von Cloud-basierten Services nutzen, um mehr über ihre Kunden zu erfahren, ihre Effektivität zu erhöhen und das Einkaufserlebnis weiter zu verbessern. Das Einkaufsverhalten im Store kann über den Einsatz von IoT – z. B. RFID Sensoren in Kombination mit entsprechender Analytik-Software – in Echtzeit ausgewertet und folglich das Einkaufserlebnis optimiert werden. IoT ermöglicht personalisierte Angebote, intelligente Digital Signage Werbung und auch mehr Self-Service im Store, gepaart mit intelligenten und umfangreichen Interaktionsmöglichkeiten. Mit mobilen Devices am POS werden Händler Kunden direkt benachrichtigen oder ihnen individuelle Angebote unterbreiten können. Das Internet-of-Things wird massiv in den Stores ankommen.

Trend # 5 **Consumer Engagement**

Der Trend zur Interaktion mit Kunden, dem sogenannten Consumer Engagement, verlangt nach dem Einsatz von Technologien (siehe auch Trend IoT), veränderten Prozessen und einem auf den Kunden zentrierten Store-Personal (siehe auch Trend Mobility). Letzteres wird in der Lage sein müssen, dem Kunden sofort im

Verkaufsgespräch Auskunft über die Verfügbarkeit eines Artikels zu geben. Ganz gleich, ob dieser in derselben Filiale, einer anderen, bei einem Franchisepartner oder im Zentrallager vorrätig ist. Interaktive Systeme, beispielsweise in der Umkleidekabine, werden Präferenzen des Kunden erkennen und ihm passende Kleidungsstücke vorschlagen. Der Kunde wird direkt aus der Kabine mit dem Verkaufspersonal auf der Fläche kommunizieren können, das ihn in seinem Kauf- und Entscheidungsprozess unterstützt.

Trend # 6 **Predictive Recommendations**

Künstliche Intelligenz wird als Teil der digitalen Transformation auch im Handel zunehmen. Dabei sind die Einsatzbereiche für den Händler vielfältig. Von bedarfs- und absatzgenauen Prognosen für die Planung seines Einkaufs bis hin zu Kauf-Empfehlungen für Endkunden, die selbstlernende Systeme den Käufern direkt bei der Anprobe unterbreiten, werden sich verschiedene Formen von „Predictive Recommendations“ etablieren.

Trend # 7 **Cloud-based Services**

Für mittlere und größere Filialisten sind Cloud-basierte In-Store Services die günstigste und flexibelste Lösung der Zukunft. Bei Expansion schalten sie notwendige Services mittels Software-as-a-Service einfach für neue Filialen dazu oder bei Filialschließung wieder ab. Roll-out, Wartung und Sicherheit sind kosteneffizient und werden sich unvermindert als Trend fortsetzen. ♦

Trend-Quelle: www.detego.com



*Uwe Hennig,
Geschäftsführer
von Detego.*

UNIVIDEO Mediasolutions



Das Tablet für den POS



Maßgeschneiderte Lösungen

- Digital Signage Displays in allen Größen
- Touch-Displays (MPEG+PC)
- Multimedia-Player / NanoScreens
- individuelle Entwicklung + Fertigung

Kauf, Miete, Leasing zu günstigen Konditionen!

UNIVIDEO Mediasolutions

UniVideo Vertriebs-GmbH
Feilenhauer Straße 6
51789 Lindlar
Tel. +49 2266 47831-0
Fax +49 2266 47831-66
E-Mail: info@univideo.de
www.univideo.de

