

Herausforderungen und Chancen für den Handel im digitalen Zeitalter

Dr. Eva Stüber

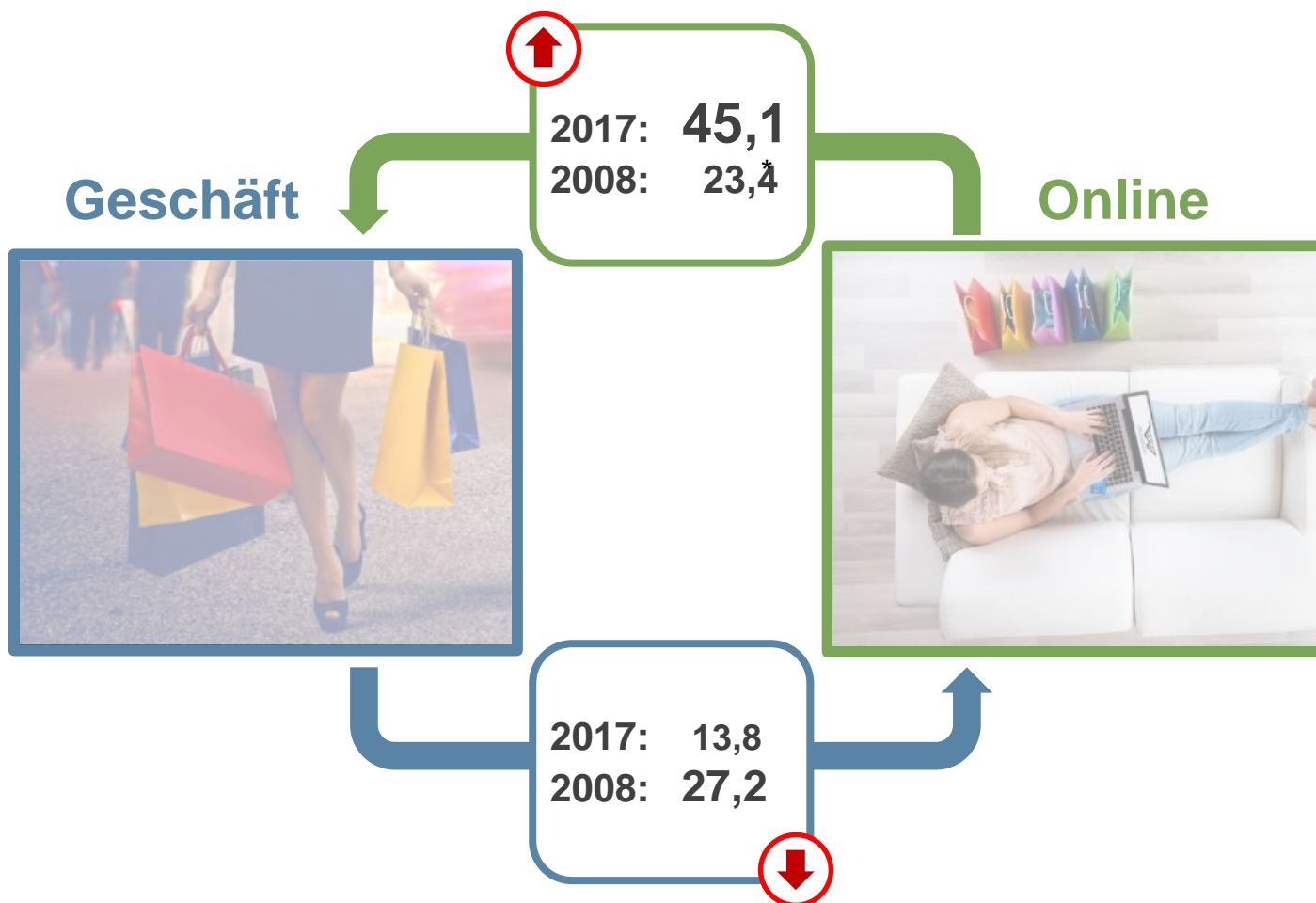
Mittelstand 4.0-Agentur Handel
c/o IFH Köln

www.handel-mittelstand.digital

4. Handelssymposium „digital handeln – offline und online zusammendenken“
Mainz, 14. Juni 2017

**Verändertes Konsumentenverhalten:
Kunden und ihre Bedürfnisse
müssen im Fokus stehen!**

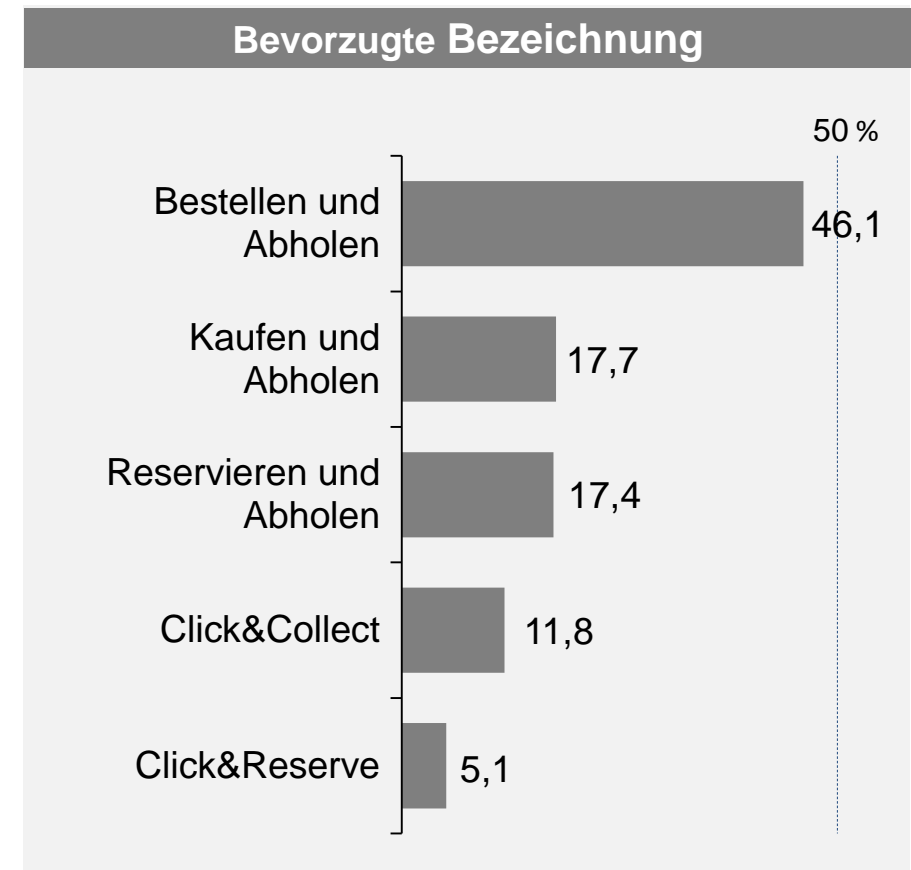
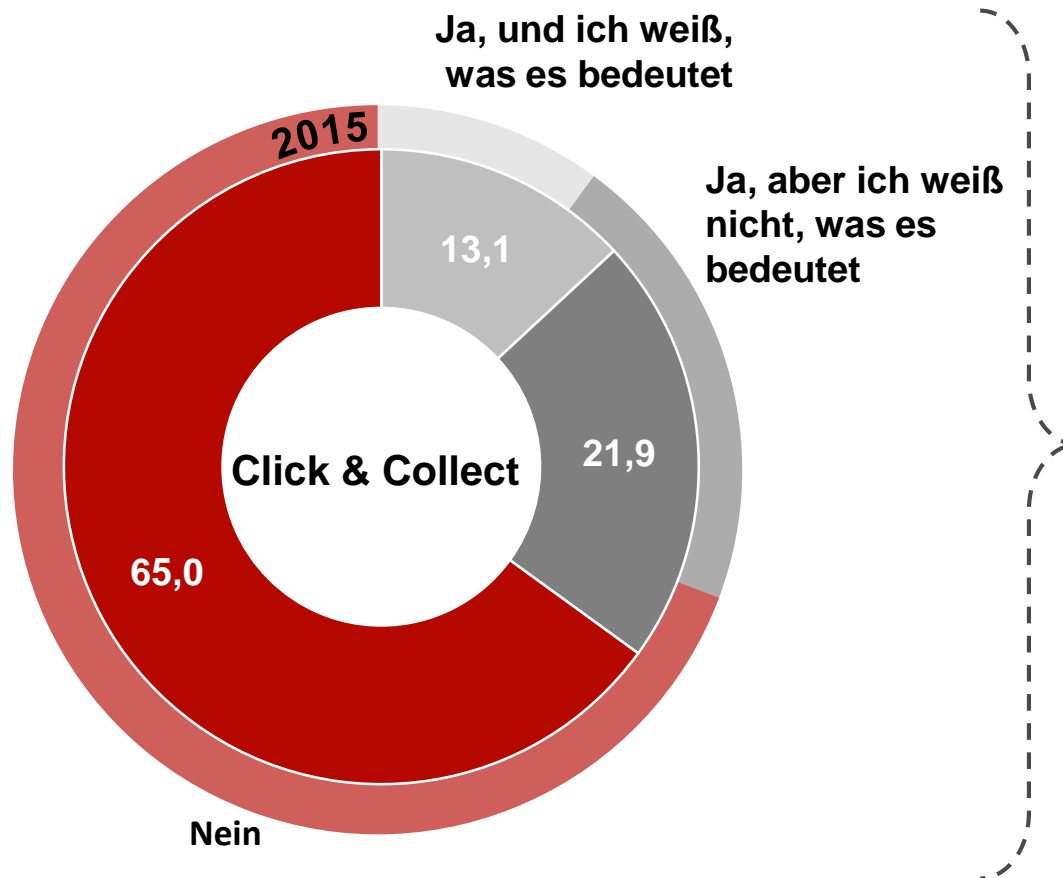
Digitalisierung als Herausforderung und Chance: Seit 2008 wächst der Anteil an online vorbereiteten Käufen im stationären Handel stetig.



501 ≤ n ≤ 1.221

*Lesebeispiel: 2008 wurden 23,4 % der stationären Käufe online vorbereitet.

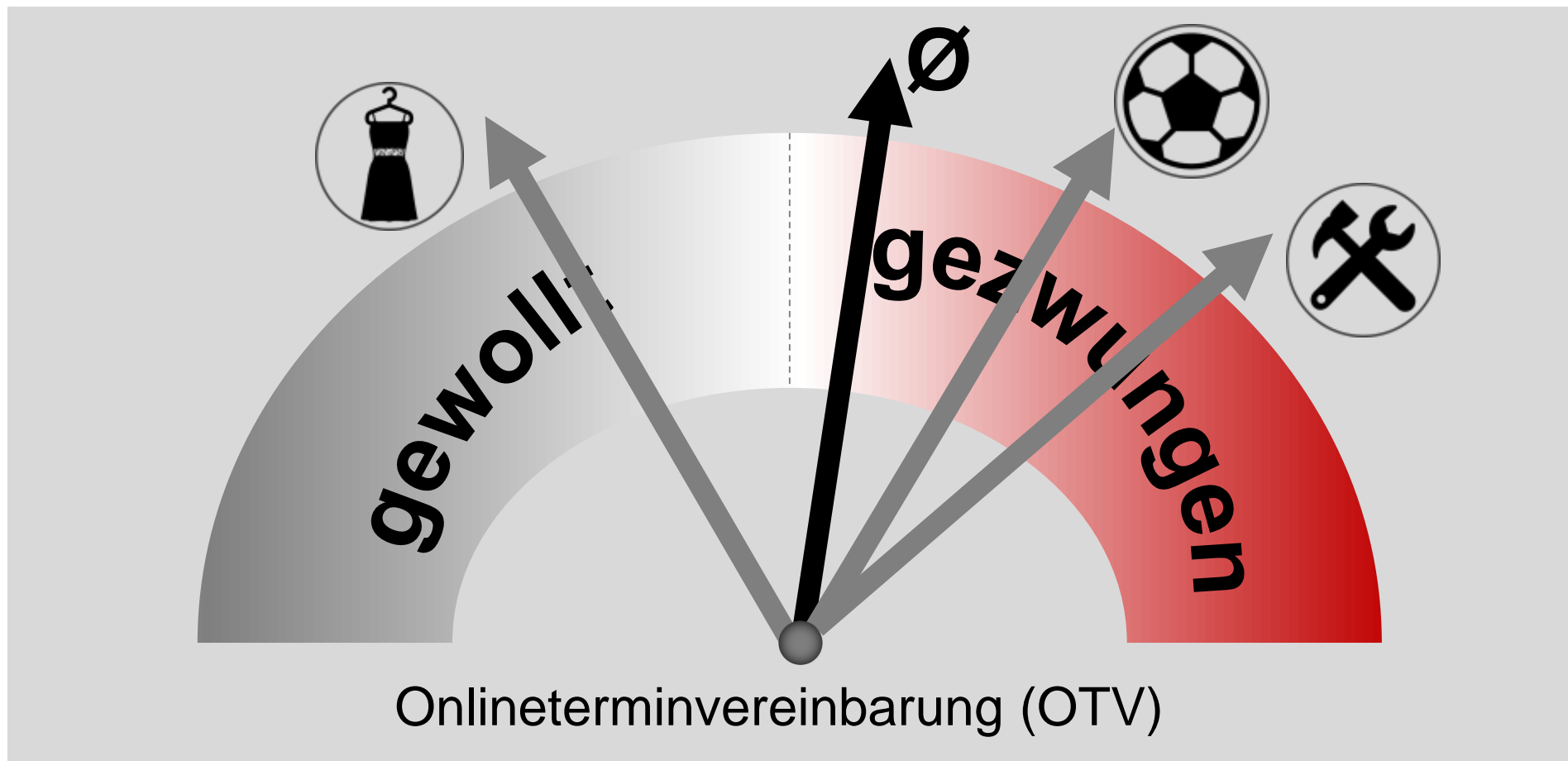
Wordings für Cross-Channel-Services sind oft unbekannt oder werden nicht verstanden – Umschreibungen in deutsch werden bevorzugt.



Fragen: Haben Sie den Begriff „Click & Collect“ schon einmal gehört? Wie sollte dieser Service Ihrer Meinung nach genannt werden?

n = 1.500

Nutzungsintention von CC-Services branchenabhängig: OTV wirkt beim Fashionkauf exklusiv, im DIY- und Freizeitbereich eher notwendiges Übel.



Fragetext: Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussage zu? Der Service war für mich die angenehmste/einzige Möglichkeit das Produkt zu erhalten/die Verfügbarkeit sicherzustellen/ohne Wartezeiten beraten zu werden/das Produkt zurückzugeben. 138 ≤ n ≤ 792

**Gewusst wie:
Digitalisierung birgt viele
Möglichkeiten für den Handel!**

Best Practices

Online-Terminvereinbarung bei Appelrath Cüpper:

Wie die Website in die Filiale lenkt

Online-Verfügbarkeitscheck bei Hornbach:

Einkauf im Ladengeschäft bequem vorbereiten

Selbstbedienungsterminals bei 43einhalb:

Dank QR-Codes weitere Produktinformationen und Verfügbarkeiten abrufbar

Scan & Go bei Globus:

Scan-Geräte am Einkaufswagen ermöglichen schnelles Bezahlen im Self-Check-out

Neues Ladenkonzept bei Dethlacon:

Kleinere Läden in Innenstadt Nähe stellen digitale Services in den Vordergrund.

Das sollten Sie mitnehmen ...

1.

Konsumentenverhalten ändert sich rasant:
Bleiben Sie am Ball und zeigen Sie Persönlichkeit!

2.

Kundenfokus ist das A und O:
Cross-Channel ist wichtig, Kanalexzellenz aber wichtiger.

3.

Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit:
Digitalisierung und ihre vielfältigen Möglichkeiten nutzen!

Was können wir für Sie tun?

Mittelstand 4.0 Agentur Handel



Dr. Eva Stüber
Leiterin Research und Consulting

IFH Köln

Tel +49 (0) 221 94 36 07-820
e.stueber@ifhkoeln.de

IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Dürener Str. 401b / 50858 Köln

T +49 (0) 221 / 94 36 07-0

F +49 (0) 221 / 94 36 07-59

info@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Mittelstand 4.0-Agentur Handel als Teil des Förderschwerpunkts Mittelstand-Digital



"**Mittelstand 4.0-Agenturen**" bearbeiten übergreifende Digitalisierungsthemen wie **Cloud-Computing**, **Kommunikation**, **Handel** und **Prozesse** und werden diese mittels Multiplikatoren in die Breite tragen.

"**Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren**" werden Unternehmen sensibilisieren, informieren, qualifizieren und ihnen praxisnah konkrete Anschauungs- und Erprobungsmöglichkeiten bieten.

Sie wollen wissen, welche Veranstaltungen und Publikationen die Mittelstand 4.0-Agentur Handel anbietet?

- » Mit unsere **XING-Gruppe** bleiben Sie immer auf dem Laufenden!
- » Jetzt Mitglied werden unter <http://bit.ly/agentur-handel-xing>

