

PERSPEKTIVE



Ausgabe November 2013



Neues und Wissenswertes. Für Retail & People.

Durchblick in Sachen Retail-Zukunft? Omni- oder Cross-Channel, Guided Selling ...



Führende Händler vertrauen auf die Expertise von Data Connect

Die Trendthemen im Retail-Business sind geprägt von den sich wandelnden Verbrauchergewohnheiten. Einerseits sucht der Kunde die Nähe des stationären Handels, andererseits gehört das Web mit allen seinen Möglichkeiten zum Alltagsleben dazu.

Doch nur wenige Unternehmen sind heute schon in der Lage, ihre Verkaufs- und Marketingaktivitäten bereichsübergreifend zu harmonisieren. Doch dieses „Omni-Channel-Konzept“ muss stimmig aufgebaut sein. Denn der Vormarsch von Smartphones und Tablet-Computern wird weitergehen.

Eine Studie des EHI zeigt, dass 54 Prozent der Handelsunternehmen künftig die Nutzung von Tablets/iPads in den Filialen planen und knapp 40 Prozent wollen Tablets zur Verkaufsunterstützung einsetzen. In diesem Kontext wächst selbstverständlich auch die Bedeutung von Backoffice-Software. Denn für den Händler ist es essenziell, dass auch die Prozesse hinter dem täglichen Geschäft reibungslos funktionieren.

Fortsetzung Seite 2

Einen schönen guten Tag, liebe Leserin, lieber Leser,

„Genau hinschauen. Gründlich nachdenken.“ In einer immer komplexer werdenden Welt sind diese Verhaltensweisen immer wichtiger. Für uns ist dies Teil unseres Selbstverständnisses. Ganz im Sinne unserer Kunden werden somit Denkfallen vermieden und Entscheidungen abgesichert. Die Akzeptanz und die Erfolge unserer Arbeit bestätigen dies eindrücklich. Beispielsweise arbeiten schon in Kürze mehr als 8.000 Mitarbeiter mit unserer Software-Lösung FIZ, für die Personaleinsatzplanung. Mit hohem Nutzen für alle Beteiligten: Hilfreich für die Zeitplanung, wirksam für den Spagat zwischen Aufwand und Ertrag. Dass man trotz aller Sorgfalt schnell auf aktuelle Marktentwicklungen reagieren kann, beweist unsere Systemlösung für den Abverkauf von PrePaid-Vouchern. Weil man auch in der Industrie die hohen IT-Anforderungen des Handels kennt, konnten wir dort das Workflow-Tool MOVE erfolgreich platzieren. Fakt ist, über die Branchen hinweg schätzt man die Kompetenz unserer Business-Analysten und Prozessberater. Für das Vertrauen bedanken wir uns.

Mit Vorfreude auf neue Aufgaben von Ihnen grüsst Sie Ihr
Jürg Baumgartner
Geschäftsleiter



... Fortsetzung von Seite 1

Mit einer „Omni-Channel-Aktivität“ wird eine wirksame Kundenansprache und optimale Kundenbindung möglich. Das bedeutet: Der Handel präsentiert sich und seine Angebote über alle Verkaufskanäle hinweg, 24 Stunden pro Tag – von Montag bis Sonntag. Egal wie, wo und wann der Kunde einkauft, seinen Warenkorb füllt, seine Waren zurückgibt, umtauscht oder abholt – der Kontakt ist „sichergestellt“. Dabei geht es um den bruchlosen Übergang zwischen digitalem und stationärem Geschäft – sowie den sicheren Umgang mit erfassten Daten.

Doch nicht nur die Funktionalität des Verkaufsprozesses muss in der IT perfekt abgebildet sein. Auch für das wichtigste Kapital, den Kunden, braucht es speziell angelegte Kundenbindungs-Aktivitäten. Dazu müssen die relevanten Kundeninformationen über alle Kanäle zur Verfügung stehen. Daraus lassen sich die Aktivitäten im Marketing, z.B. Promotion, Rabatte, Coupons oder ähnliche Themen gleichermaßen im Web und der Filiale durchführen. Diese Struktur ermöglicht dann auch die Umsetzung der „Guided Selling“ Idee. Denn dann kann der Einzelhändler die mobilen Geräte nutzen, um zusätzliche Informationen aus dem Web oder aus den Backend-Systemen in den Verkaufsprozess einzubringen. Als „Impulsgeber“, für gezielte Beratung und noch engere Kundenbindung.

Wie Sie aus Trend-Themen Ihre Marktchancen und Erfolge machen!

Nutzen Sie die Erfahrung der Data Connect, wir beraten und begleiten Sie. Objektiv, individuell und zuverlässig. Vertrauen Sie auf uns, die Experten für Retail-IT-Lösungen.

Vor diesem Hintergrund ist es kein Wunder, wenn auf Nachfrage des EHI mehr als 60% der Handelsunternehmen in den kommenden Jahren von steigenden IT-Budgets ausgehen. Die EHI-Studie belegt aber auch, dass 30 Prozent der Unternehmen zudem Investitionen in Business-Intelligence-Systeme planen. Dies entspricht einer Verdoppelung innerhalb von zwei Jahren.

Die Themen Big Data und Social-Media-Analyse sind hier wesentliche Investitionstreiber.

Damit schafft die Retail-Branche die Voraussetzung, um den neuen Servicewünschen der Kunden gerecht zu werden. Egal, ob Mobile Payment, Bestellung mit QR-Code, elektronische Coupons anstatt Papier, elektronischer Kassenzettel, Garantieschein, Navigation im Laden, Self-Sanning, Self-Checkout. Mit der Mobilität bringen die Kunden auch ihre Geräte selber mit in den Laden. Sie haben die Hardware, das Betriebssystem und die Apps bei sich. Und sie wollen schlussendlich entscheiden, welche Services sie in Anspruch nehmen wollen oder welche nicht. Dies bedingt Lösungen mit unterschiedlichen Ausprägungen für die Jugend, die Rentner, für die Stadtbevölkerung, für die Landbevölkerung, für Mann und Frau. Wie bei den Produkten wird man auch zu individualisierten Serviceleistungen kommen müssen. Konnte mit einer Lösung in der Vergangenheit alle Bedürfnisse abgedeckt werden, so sind jetzt Nischenlösungen und Zielgruppenorientierte Lösungen gefragt.

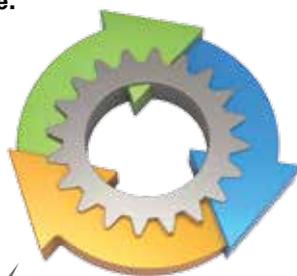


Für Jürg Baumgartner, Geschäftsleiter der Data Connect, wird deutlich: „Die Retail-Firmen sind sich bewusst, dass man auf unterschiedlichen Plattformen präsent sein muss – doch die dafür notwendigen Systeme und Prozesse sind noch nicht verzahnt. Hier geht es in jeder Hinsicht um viel Geld. Entweder verliert man den Anschluss zum Markt und Kunden – und damit Umsatz und Ertrag. Oder man investiert andererseits ohne klares Konzept, was sich der Handel mit seiner schmalen Marge nicht leisten kann.“

MOVE Workflow bewegt auch die Industrie

Die Optics Balzers AG, mit Sitz in Liechtenstein, ist weltweit führend in der Herstellung von kundenspezifischen optischen Beschichtungen, zum Beispiel für Spiegel und Filter sowie Komponenten für die Photonik-Industrie.

In enger Zusammenarbeit mit seinen Kunden entstehen bei Optics Balzers innovative Produktideen und erste Prototypen, die dann hochpräzise in Serie gefertigt werden. Um diese



komplexen Prozesse, von der Offerte bis zur Auftragsausführung, sicher und transparent „im Griff“ zu haben, wurden verschiedene Anbieter von Workflow-Lösungen angefragt. Die Entscheidung: Die Lösung von Data Connect hat überzeugt. Man vertraut auf die IT-Lösung MOVE. Unser Workflow-Management-Tool macht nun die Abläufe effizienter und wirtschaftlicher.

Erfolg mit Fortsetzung: MOVE entwickelt sich weiter. Zum Jahreswechsel 2013/14 kommt MOVE 3.0.

MOVE[®]

Data Connect: Aus Überzeugung EHI-Partner.

Das EHI ist ein wissenschaftliches Institut des Handels. Zu den Mitgliedern des EHI zählen internationale Handelsunternehmen und deren Branchenverbände, Hersteller von Konsum- und Investitionsgütern, aber auch verschiedene Dienstleister, wie die Data Connect.

EHI Retail Institute®

Der EHI veranstaltet seit Jahren auch die wichtigste Konferenz für Handelstechnologie im deutschsprachigen Raum, die EHI Technologie Tage. Am 5./6. November 13 treffen sich in Köln wieder IT-Experten und Top-Entscheider. Die Data Connect ist selbstverständlich vor Ort und nutzt den Fachdialog zu neuen Trends und Innovationen. Ausserdem unterstützen wir, als Logo-Partner, die Veranstaltung.

Data Connect. Erstklassige Expertise, auch als Consulting- Partner!

Data Connect steht für jahrzehntelanges Know-How im Retail-Business. Im Consulting verbinden wir kompetente Managementberatung mit innovativer IT-Beratung entlang der Wertschöpfungskette im Verkaufsbereich. Dazu zählen z. B. EFT- und Kassenslösungen, Rolloutmanagement oder mobile Lösungen. Unsere Business-Analysten sind Partner, wenn es um die Erstellung von Pflichtenheften, Spezifikationen, Testmanagement etc. geht. Das Team um Michael Fuchs und Frédéric May wird weiter verstärkt – damit unsere Kunden ihre strategischen Ziele schneller und mit nachhaltigem Erfolg erreichen.

Zeitwirtschaft = mehr als nur Zeiterfassung! FIZ bringt Eigenverantwortung, mehr Motivation und Leistung.



Für den Handel mit seiner Filialstruktur ist Personalplanung lebenswichtig. Es muss die richtige Anzahl Mitarbeiter, mit der passenden Qualifikation, zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein.

Was sich so einfach liest, ist im Alltag meist ein kompliziertes Prozedere. Denn Lösungen aus „der Zentrale“ sind für den einzelnen Standort nur bedingt von Nutzen. Zu unterschiedlich sind die Personalsituation, Liefer- und Inventurpläne, Feiertage oder Öffnungszeiten.



FIZ – Filialzeitwirtschaft, das ist die Antwort und Lösung für solche Herausforderungen. Denn FIZ ist ein intuitiv zu bedienendes Planungstool, bei dem vor Ort alle Anforderungen im Handumdrehen erfüllt sind. Die Zeiterfassung erfolgt direkt in der Filiale. Der Verkaufsleiter hat den Überblick – die Daten sind konsolidiert für alle Managementstufen, die Integration in die Umsysteme (SAP, Navision, MIS) ist selbstverständlich.

Data Connect hat mit dieser Lösung bei Denner überzeugt. Der führende Schweizer Lebensmittel-Discounter ist begeistert. Der Projektleiter Organisation, Richard Fischer, sagt: „Die Filialen sind begeistert. Das Tool ist einfach zu bedienen, übersichtlich, schnell anwendbar. Die Zusammenarbeit mit Data Connect war super. Der ganze Denner ist zufrieden, bis hinauf in die Geschäftsleitungs-Ebene.“

Anschauen:

Das Interview mit Richard Fischer, Denner AG auf www.dataconnect.ch oder auf YouTube mit Suchbegriff „FIZDenner“.

FIZ – ist die ideale Zeitwirtschaft für Sie, wenn Sie

- mehr als 500 Beschäftigte haben
- an mehreren Standorten sind
- Wert auf schnelle Akzeptanz bei den Mitarbeitern legen
- eine sichere Integration in SAP, Navision, MIS wollen
- von einer kostengünstigen Lösung profitieren wollen.

**Rückblick:
4. Fachforum
Retail-
Business**

**„Innovationen
am Verkaufspunkt“ lockte
am 4. September 2013**

über 150 Branchenexperten ins Widenmoos.

Jürg Baumgartner und das Data Connect Team bedanken sich für die riesige Akzeptanz und sind über die positiven Reaktionen auf dieses Fachforum hocherfreut. Die Persönlichkeiten aus dem Handel, die Herren Thomas Nussbaumer (Selecta Group), August Harder (COOP Schweiz) und Tomasso Morello (Guess Inc.) begeisterten die Teilnehmer durch interessante Einblicke und Ausblicke in die Welt des Retail-Business. Das wunderschöne Resort Widenmoos bildete wieder den Rahmen zu dieser gelungenen Veranstaltung. Beim abschliessenden ApéroRiche mit „Security-Mann“ Archibald Brändli wurde eifrig diskutiert und wertvolle Kontakte geknüpft.

**Hier einige
Impressionen.**
Mehr Informationen
und Bilder
finden Sie auf
www.dataconnect.ch

