

Der IT-Trend: «Smartphones als mobile Datenerfasser mit Cloud-Potenzial»

Der Haupttrend im 2014 wird weiter in Richtung Omni-Channel gehen. Ein 24-Stunden-Einkauf über alle Verkaufskanäle erfordert Prozessintegrationen, die Online- und Offline-Verknüpfungen für die Kunden- und Wirtschaftsdaten.

Gemäss Umfrage erwarten bereits 60 Prozent der Konsumenten einen bruchlosen Übergang zwischen digitalem und stationärem Geschäft. Ein wichtiger Baustein wird der Ausbau von Services sein, die vom Konsumenten auf dem Smartphone oder Tablet genutzt werden können. Die App's werden dabei das Einkaufsverhalten immer mehr beeinflussen, indem sie auch das Einkaufserlebnis und die Kundenbindung verstärken. Themen wie Mobile Payment, Bestellung mit QR-Code, elektronische Coupons, elektronischer Kassenzettel, Garantieschein, Navigation im Laden, Self-Scanning, Self-Checkout werden für den Konsumenten zur Selbstverständlichkeit.

Für den Handel lassen sich mit individualisierten und auf die Zielgruppen abgestimmte Lösungen Wettbewerbsvorteile erzielen. Ein erfolgreiches Umsetzen bedingt eine hohe

Integrationsfähigkeit der Lösungen zur Kassensoftware, Backoffice-System oder CRM. Diese Hürden zu überwinden, wird die Herausforderung sein.

Die mobilen Geräte sind jedoch nicht nur aus Kundenperspektive eine interessante Sache, sondern bieten mit ihrer stetigen Erhöhung der Leistung und Vergrösserung des Funktionsumfangs für Händler grosses Potenzial. Ein Trend, der sich sicher noch verstärken wird, ist der Einsatz von Smartphones und Tablets als mobile Datenerfassungsgeräte, Zahlterminals, Kassen – und viel mehr. Dies ist heute bereits punktuell der Fall, ihr wahres Potenzial liegt jedoch in der Kombination mit intelligenten Cloud-Lösungen. So lassen sich IT-Infrastrukturkosten verringern, die Anschaffung mehrerer Geräte für unterschiedliche Zwecke am POS vermeiden und gleichzeitig die Standardisierung, Verfügbarkeit und Austauschbarkeit der Devices verbessern. Gerade für kleine und mittelgrosse Händler werden solche Lösungen an Bedeutung gewinnen.

Herzlichst, Ihr Jürg Baumgartner



Jürg Baumgartner

Geschäftsführer der
Data Connect AG

Verschmelzung des stationären Ladens mit digitalen Geräten und den Logiken des eCommerce. «Wer die zentrale Rolle von intelligenten Assistenten auf dem Handy ernst nimmt, der wird neue, lukrative aber bislang unbesetzte Verkaufsorte erschliessen.»

Auch hier ein besonders gutes Beispiel: Chinas grösster Online-Lebensmittelhändler Yihaodian hat in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Ogilvy & Mather tausend virtuelle Geschäfte in China

eröffnet, die auf Augmented Reality basieren. Über eine spezielle Augmented Reality-App können Passanten die virtuellen Geschäfte mit ihren Smartphones aufrufen, sodass die Produkte auf dem Mobiltelefon-Bildschirm als Augmented Reality-Objekte sichtbar werden. Die Produkte werden mit einem Klick gekauft werden und dann von Yihaodian innerhalb von 24 Stunden zu den Kunden nach Hause geliefert. Um die virtuellen Geschäfte aufrufen zu können,

müssen sich die Kunden an spezifischen geographischen Orten befinden – wie Parks oder bei Sehenswürdigkeiten. Zum Teil wurden die virtuellen Läden sogar direkt vor den realen Ladengeschäften der Konkurrenz platziert. Und wenn man plötzlich überall alles verkaufen kann, dann entfallen die Kosten der Top-Lagen. Und was das dann wieder heissen würde, wagen wir gar nicht erst zu denken.

Autor: Matej Mikusik