

## PRESSEMITTEILUNG

### Retail Innovation Report: **Fünf Handlungsfelder des britischen Einzelhandels für bessere Kundenbindung**

10. Oktober 2016

**Gütersloh/London – Um Kunden über alle Kanäle hinweg ein nahtloses Einkaufserlebnis bieten zu können, wollen Einzelhändler in Großbritannien zunehmend konkrete Strategien umsetzen. Dies ist ein Ergebnis des aktuellen Retail Innovation Reports, für den Arvato SCM Solutions und das Londoner E-Commerce-Beratungsunternehmen Practicology britische Einzelhändler nach deren Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzufriedenheit befragt haben. Demnach erhoffen sich die Einzelhändler von neuen Multichannel-Angeboten eine noch höhere Kundenbindung, gleichzeitig sind sie sich aber auch negativer Konsequenzen bewusst, falls die Systeme beispielsweise auf Mobilgeräten nicht einwandfrei funktionieren.**

Zur Umsetzung dieses Ansatzes benötigen die Einzelhändler jedoch ein professionelles Management Reporting, das sämtliche Kundeninformationen kanalübergreifend bündelt und bereitstellt. Nur deren Auswertung macht es möglich, dass Marken und Händler einen **Single Customer View**, also ein 360-Grad-Bild des Kunden erhalten. Das gehört laut Retail Innovation Report neben einer verbesserten **Agilität, Mobile-Commerce, Fulfilment und neuen Filialformaten** in den kommenden drei Jahren zu den wichtigsten fünf Handlungsfeldern für den stationären Einzelhandel, um das Potenzial der Digitalisierung im Einzelhandel voll ausschöpfen zu können. Dafür reicht es allerdings nicht aus, die Kaufhistorie der Kunden zu analysieren. Vielmehr werden Prognoseinstrumente wie ein Net Promoter Score benötigt, mit dem sich das Kundenverhältnis schnell überprüfen lässt und aus dem kanalübergreifend entscheidende Erkenntnisse gewonnen werden. Nur mit solchen Daten gelingt es den Händlern, ihre Kunden besser zu verstehen. Damit gewinnt die fortlaufende Erfassung von Produkt- und Inventurdaten noch stärker an Bedeutung.

„Die Bedürfnisse vernetzter Verbraucher sind heute in erster Linie von Komfort und Personalisierung geprägt. Für Einzelhändler gilt es, diese Anforderungen auf allen Kanälen reibungslos zu erfüllen“, sagt Claire Muir, Business Development Director bei Arvato Großbritannien. „Während Handelsinnovationen früher ausschließlich darauf abzielten, die betriebliche Leistungsfähigkeit zu erhöhen, geht es heute darum, für den Kunden eine Erlebniskultur zu schaffen und seine Loyalität zu stärken.“ Dafür bedarf es neben dem Single Customer View auch einer gehörigen Portion Agilität. Denn die meisten interviewten Führungskräfte gaben an, dass sie besser im Stande sein möchten, auf neueste Technologien wie Smart-Watches oder vernetzte Fernseher zu reagieren. Allerdings sei es extrem schwer einzuschätzen, welche Technik sich auch bei den Konsumenten zu einem Trend entwickle und Bedeutung für die Geschäftsmodelle erlange.

arvato Unternehmenskommunikation

An der Autobahn 22  
33333 Gütersloh

Telefon: +49 5241 80-3408  
E-Mail: [gernot.wolf@arvato.com](mailto:gernot.wolf@arvato.com)

## PRESSEMITTEILUNG

### **Britischer Einzelhandel wird mobil**

Vor allem im Mobile-Shopping liegt für die befragten Händler noch großes Potenzial, die in diesem Bereich mit steigenden Umsätzen rechnen. Daher streben sie ein möglichst unkompliziertes Einkaufserlebnis auf Smartphones und Tablets an, um insbesondere junge Käufergruppen anzusprechen und zu binden. Auch im grenzüberschreitenden E-Commerce sehen die britischen Einzelhändler noch Wachstumspotenziale. Für sie ist es weniger riskant, den ausländischen Markt über den Online-Handel zu testen, als gleich vor Ort in niedergelassene Filialen zu investieren.

Ob national oder international: Bei 1,16 Milliarden Paketen, die nach Prognose des britischen Online-Handelsverbands IMRG die Transporteure 2016 an die Kunden der Online-Händler ausliefern werden, kommt dem zuverlässigen Supply Chain Management besondere Bedeutung zu. Die Befragten sind sich einig, dass kein Unternehmen es sich erlauben kann, bei der Einführung neuer Fulfilment-Dienstleistungen hinter den Wettbewerb zurückzufallen – ansonsten riskiert es, Kunden zu verlieren. Gleichwohl sind sich die befragten Einzelhändler darüber im Klaren, dass ein Ende des stationären Handels noch lange nicht in Sicht ist und sie ihre Filialen in den kommenden Jahren nicht vernachlässigen dürfen. Doch um zum Stöbern oder Einkaufen zu animieren, müssen die Ladenlokale inspirierender werden und dem Kunden mehr Aufenthaltsqualität bieten. Dazu gehören auch Angebote wie Click and Collect, bei denen die Filiale als Distributionscenter agiert.

„Die Einzelhändler haben verstanden, wie wichtig es ist, ein ganzheitliches Bild des Kunden über alle Kanäle hinweg zu erhalten“, sagt Joanna Perry, Head of Marketing bei Practicology. „Im nächsten Schritt gilt es für sie nun, das künftige Kundenverhalten besser vorzusehen. Dafür müssen kanalübergreifende Schlüsselindikatoren eingesetzt werden, die an den verschiedenen Kontaktpunkten des Einkaufsprozesses greifen und eine bessere Ansprache des Kunden ermöglichen. Denn mit jedem neuen Kundenkontakt – ob beim Verkauf, im Service oder bei Anfragen – können die Einzelhändler ihr Wissen über den Kunden entscheidend erweitern.“

## PRESSEMITTEILUNG

### **Über Arvato SCM Solutions:**

Arvato SCM Solutions ist ein innovativer und international führender Dienstleister im Bereich Supply Chain Management und E-Commerce. In den Bereichen Consumer Products, Telecommunication, Hightech & Entertainment, Automotive|Bank|Insurance, Healthcare und Publisher bietet Arvato SCM Solutions spezialisierte Services für die jeweilige Branche an. Rund 14.000 Mitarbeiter arbeiten weltweit an Dienstleistungen und praxisorientierten Lösungen. Mithilfe neuester digitaler Technologien entwickelt, betreibt und optimiert Arvato komplexe globale Supply Chains und E-Commerce-Plattformen und wird damit zum strategischen Wachstumspartner seiner Kunden. Arvato SCM verbindet das Know-how der Menschen mit den richtigen Technologien und passenden Geschäftsprozessen und steigert so messbar die Produktivität und Leistung seiner Partner.

Als führender europäischer Dienstleister im E-Commerce Fashion-Segment übernimmt der Geschäftsbereich Consumer Products seit mehr als 15 Jahren für renommierte Mode- und Beauty-Marken alle notwendigen Prozesse. Das markenspezifische Leistungsangebot von Arvato bildet sowohl Retail-Logistik als auch die gesamte E-Commerce-Prozesskette ab: Entwicklung und Betrieb von Online-Shops, Produktfotografie, Online-Marketing, Logistik und Versand inklusive dem Retouren Management sowie Zahlungs- und Rechnungswesen, Customer Service und E-Commerce-Beratung.

Mit 65 Distributionszentren in Europa, Russland, Asien und den USA bietet SCM Solutions die notwendige Skalierbarkeit, Flexibilität und Erfahrung, um seinen Kunden im Wettbewerb zum entscheidenden Vorsprung zu verhelfen.

Arvato ist eine 100-prozentige Tochter von Bertelsmann SE & Co. KGaA.  
scm.Arvalo.com

[www.scm.arvalo.com](http://www.scm.arvalo.com)