

# Intelligenterer Handel

So ermöglicht  
Enterprise Intelligence  
digitale Einkaufs-  
erlebnisse im  
Geschäft



**verizon**<sup>v</sup>  
business

Der Handel entwickelt sich ständig weiter. Durch den Einsatz immer neuer Technologien und die wachsende Nachfrage nach individuellen, digitalen Erfahrungen verschwimmen allmählich die Grenzen zwischen Online-Handel und traditionellen Ladengeschäften. Konsumenten betrachten ihre Einkaufserlebnisse nicht mehr als entweder digital oder physisch – sie sehen beides einfach als Shopping. Sowohl der stationäre als auch der Online-Handel spielen eine tragende Rolle. Deswegen müssen Händler nun neue Wege finden, Kunden mit intelligenteren, verknüpften und kanalübergreifenden Einkaufserlebnissen zu begeistern.

## Das Geschäft in der Einkaufsstraße boomt

Über die letzten Jahrzehnte hinweg ist der Online-Handel exponentiell gewachsen. Kunden genießen die Geschwindigkeit, den Komfort und die Sicherheit, die das Einkaufen von zu Hause aus mit sich bringt – ganz zu schweigen von der Möglichkeit, Preise, Angebote, Produktbewertungen und Versandoptionen einfach und schnell zu vergleichen. Trotz allem möchten viele Kunden physische Einkaufserlebnisse vor Ort nicht missen und in Person im Sortiment stöbern.

“ **Viele Kunden möchten physische Einkaufserlebnisse vor Ort nicht missen.**<sup>1</sup>

Diese echten Besuche im Geschäft bergen auch einen Mehrwert für Händler. Untersuchungen von Deloitte zufolge war der durchschnittliche Einkaufswert in Geschäften im Juli 2021 gut 10 % höher als im März 2019!<sup>1</sup> Zudem entscheiden sich 90 % aller Kunden, die Produkte bevorzugt vor Ort evaluieren, auch für den Kauf vor Ort. Es ist also kein Wunder, dass Händler weiterhin Ladengeschäfte betreiben, statt komplett auf den Online-Handel umzusteigen.



<sup>1</sup> Deloitte, 2021, „InSight Consumer preferences embrace a mix of physical and digital“

# Erfolgreiche Händler kombinieren Tradition mit Innovation

Doch auch online, digitales und technologiegestütztes Einkaufen erfreut sich großer Beliebtheit. Händler können Kunden solche Erlebnisse bieten, indem sie ihr stationäres Angebot um digitale Elemente erweitern. Dazu zählen beispielsweise:

- Kunden-WLAN im Geschäft
- Handy-Apps, die das physische Einkaufserlebnis bereichern
- Immersive digitale Features (z. B. Smart Mirrors)
- Individuelle Empfehlungen für Kunden (basierend auf bisherigen Käufen)
- AR-/VR-Assistenten
- Reibungsloses Einkaufen dank einfachen digitalen Zahlungslösungen

Untersuchungen von Salesforce bestätigen das. Demnach gehen 88 % der Kunden davon aus, dass derartige digitale Elemente in Zukunft in mehr Geschäften verfügbar sein werden.<sup>2</sup>

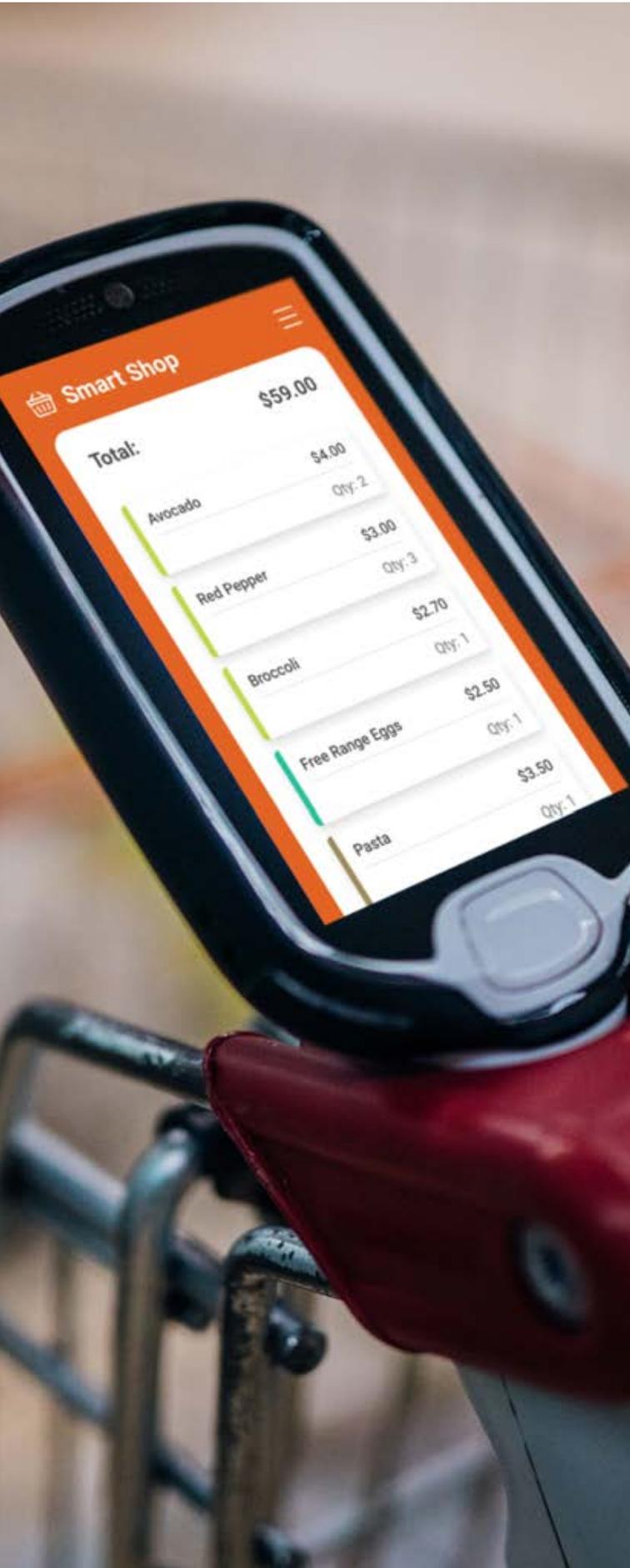
Laut der Studie „Connected Retail Experience“ aus dem Jahr 2022 sind 62 % der Händler insgesamt mit dem physischen Einkaufserlebnis zufrieden, das sie ihren Kunden anbieten.<sup>3</sup> Nur 39 % empfinden jedoch auch ihr digitales Angebot in Geschäften als ausreichend. Es gibt also noch Verbesserungsbedarf. Zukunftsorientierte Händler wissen, dass der stationäre und digitale Handel immer mehr verschmelzen. Sie wissen außerdem, dass sie die digitale Transformation vorantreiben müssen, damit ihre Geschäfte besser verknüpft, datengestützt und sicher sind. Nur so können Händler Kunden gewinnen und auch halten.

“ Nur 39 % der Händler empfinden ihr digitales Angebot in Geschäften als ausreichend.<sup>3</sup>

Es geht jedoch nicht nur um die Kunden. Der Übergang zu einem intelligenteren, besser verknüpften und datenbasierten Betrieb versetzt Händler auch in die Lage, ihre internen Prozesse besser zu verstehen. So können Abläufe optimiert und die Effizienz gesteigert werden. Händler erhalten eine bessere Übersicht über ihre Lieferkette, wodurch sie Probleme leichter und früher erkennen und beheben können. Außerdem können sie so schneller und effektiver auf unerwartete Störungen reagieren.



<sup>2</sup> Salesforce, 2023, „What Are Customer Expectations, and How Have They Changed?“  
<sup>3</sup> Verizon, 2022, „Connect Retail Experience Study“



## Alle Zeichen stehen auf Veränderung

Die gute Nachricht ist, dass viele Händler bereits mit der digitalen Transformation – oder zumindest mit der diesbezüglichen Planung – begonnen haben. In 42 % der Fachgeschäfte und Kaufhäuser können sich Kunden bereits mit einem WLAN verbinden und bis 2025 soll dieser Prozentsatz auf 78 % ansteigen. Unter den 15 % der Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte haben ein Kunden-WLAN eingerichtet. In naher Zukunft sollen es 42 % sein. 22 % der Fachgeschäfte und Kaufhäuser bieten schon Handy-Apps an, die vor Ort in Geschäften genutzt werden können. Bis 2025 sollen es 66 % sein. Ähnlich sieht es bei den Supermärkten und Lebensmittelgeschäften aus. Hier bieten 10 % schon derartige Handy-Apps. In naher Zukunft wird sich der Prozentsatz voraussichtlich auf 39 % erhöhen.<sup>4</sup>

“ **66 % der Fachgeschäfte und Kaufhäuser werden in Zukunft Handy-Apps für das Einkaufen vor Ort bereitstellen.**<sup>4</sup>

Digitale Schaufenster und Hinweisschilder sollen in Geschäften künftig auch eine große Rolle spielen und zu immersiven, informativen und ansprechenden Einkaufserlebnissen beitragen. In Zukunft wollen beispielsweise 28 % der Fachgeschäfte und Kaufhäuser interaktive Schaufenster einsetzen sowie 22 % der Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte.<sup>5</sup> Doch das ist noch längst nicht alles. Zukunftsorientierte Händler suchen aktuell auch nach Wegen, andere intelligente Technologien in ihre Geschäfte zu integrieren, wie AR- und VR-Assistenten oder Selbstbedienungskassen für eine schnellere, reibungslose Bezahlung.



<sup>4</sup> Verizon, 2023, „Connected Retail Experience Study“

<sup>5</sup> Rose de Fremery, 2023, „How Enterprise intelligence can help shape the future of retail stores“

# Exzellente Kundenerlebnisse beginnen hinter den Kulissen

Innovative Technologien werden jedoch nicht nur zur Bereicherung der Kundenerlebnisse, sondern auch zur Steigerung der betrieblichen Effizienz eingesetzt. Händler optimieren beispielsweise ihre Netzwerke, damit diese das stetig wachsende Volumen an Kundendaten sicher bewältigen können. Zudem investieren sie in intelligente, IoT-fähige Geräte und Sensoren, mit denen sie Lieferketten genauer überwachen, Störungen frühzeitig erkennen und Prozesse straffen können. Außerdem setzen sie intelligente Software zur Überwachung des Bestands und zur Automatisierung von zeitaufwändigen Aufgaben ein, um die Effizienz zu steigern und ihre Mitarbeiter zu entlasten.

53 % der Fachgeschäfte und Kaufhäuser geben beispielsweise an, Inventarmanagement in Echtzeit in ihren Betrieb integrieren zu wollen. Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte planen nachzuziehen. Um ihren Betrieb zu optimieren, nutzen zudem 38 % der Fachgeschäfte und Kaufhäuser künstliche Intelligenz (KI). Bei den Supermärkten und Lebensmittelgeschäften sind es 28 %.<sup>6</sup>

“ **38 % der Fachgeschäfte und Kaufhäuser nutzen KI.** <sup>6</sup>

Doch das ist längst nicht alles. Händler investieren in weitere technologische Innovationen, um ihren Betrieb intelligenter zu gestalten. Dazu zählen:

- **Sensoren für die Abholung vor dem Geschäft:** Diese Sensoren können komplexe Prozesse wie die Vorbereiten der bestellten Waren vereinfachen und in verschiedenen Bereichen eingesetzt werden – von der Bestandsüberwachung über die Verwaltung von Abholungen vor dem Geschäft bis hin zur Erfassung von Wartezeiten.
- **Digitale Regaletiketten:** Damit können Händler den Geschäftsbetrieb vor Ort digitalisieren und optimieren sowie das Kundenerlebnis durch personalisierte Vermarktung und Artikelinformationen verbessern.
- **Intelligente Kameras:** Derartige Geräte unterstützen Händler dabei, Frequenzzählungen durchzuführen, Diebstahl und Verluste durch schnelle Reaktionen zu reduzieren und VIP-Kunden zu erkennen und ihnen individuelle Dienste anzubieten.
- **Robotik für zeitaufwendige Aufgaben:** Roboter können monotone Aufgaben wie die Bestandsprüfung oder das Inventarmanagement übernehmen. So können sich Mitarbeiter auf die Betreuung von Kunden konzentrieren und für ein exzellentes Kundenerlebnis sorgen.
- **Mobile Kassensysteme:** Derartige POS-Systeme erlauben es Kunden, schneller und einfacher zu zahlen, wodurch Schlangen und Wartezeiten reduziert werden.



<sup>6</sup>Verizon, 2022, „Connected Retail Experience Study“

# Zum Handel der Zukunft – mit Enterprise Intelligence

Neue Technologien sind vielversprechend und bieten zahlreiche Möglichkeiten. Sie erhöhen die betriebliche Effizienz, können neue, kanalübergreifende Erlebnisse für Kunden schaffen und Händlern dabei helfen, mit Konsumenten auf neuartige, innovative und ansprechende Weise in Kontakt zu treten. Unternehmen, die diese Technologien nutzen und auf digitale Innovationen zur Schaffung intelligenterer, effizienterer und agilerer Betriebsprozesse setzen, werden als Gewinner hervorgehen.

Damit die Transformation funktionieren kann, müssen Händler ihre isolierten Systeme zusammenführen und starke, modulare sowie intelligente Lösungen erstellen, die mit neuer Funktionalität und intelligenten Einblicke eine schnellere Entscheidungsfindung unterstützen. Das verstehen wir unter Enterprise Intelligence. So gelingt die Transformation zum intelligenten Handel der Zukunft.

## So kann Verizon heute helfen, eine Plattform für morgen zu schaffen

Als Händler wissen Sie, wie wichtig es ist, in neue Technologien zu investieren. Doch damit sich Investitionen auch bezahlt machen, muss der Betrieb auf einer starken Netzwerkinfrastruktur beruhen, die die nötige Geschwindigkeit, niedrige Latenz und eine große Bandbreite bietet. Genau dabei kann Verizon Sie unterstützen. Wir helfen Ihnen bei der Planung und Umsetzung einer umfassenden Digitalisierungsstrategie, mit der Sie Kundenerlebnisse verbessern und die betriebliche Effizienz steigern können.

Gemeinsam mit Ihnen schaffen und verwalten wir eine robuste und sichere Netzwerkinfrastruktur. So können Sie innovative Technologien nutzen und diese Investitionen auch voll ausschöpfen. Wir können Ihnen eine NaaS-Lösung liefern, die ein robustes und flexibles cloudbasiertes Netzwerk bereitstellt. Die starke Leistung unserer NaaS-Lösungen ermöglicht Ihnen die Nutzung von Multi Access Edge Computing (MEC), KI und maschinellem Lernen sowie AR/VR für modernste Handelsanwendungen.

Wenn private 5G-Netzwerke,<sup>7</sup> NaaS, MEC und weitere Lösungen zusammen eingesetzt werden, um eine zukunftssichere Plattform für Ihr Unternehmen einzurichten, ist das mehr als eine digitale Transformation. Das ist Enterprise Intelligence.

Informieren Sie sich ausführlicher darüber, wie Verizon Sie bei der Wahl und Implementierung von Technologien für den modernen Handel unterstützen kann. [Hier klicken](#)



<sup>7</sup> Private 5G ist nicht in allen Standorten verfügbar.



© 2023 Verizon. Alle Rechte vorbehalten. Der Name Verizon Business und das Verizon Logo sowie alle anderen Namen, Logos und Slogans, die sich auf die Produkte und Dienste von Verizon beziehen, sind Marken und Dienstleistungszeichen oder eingetragene Marken und Dienstleistungszeichen von Verizon Trademark Services LLC oder seinen angeschlossenen Unternehmen in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken und Dienstleistungszeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.