

PRESSEMITTEILUNG

Produktneuheit

Detego InChannels stärkt Modehändler im Consumer Engagement

Graz, 15. Mai 2017 — Detego, Marktführer im Bereich Real Time Business Intelligence für den Modeeinzelhandel, bringt mit Detego InChannels ein neues Softwareprodukt auf den Markt, das Händler in ihrem Consumer Engagement aktiv unterstützt. Die Standardsoftware, die die bestehende, modular aufgebaute Detego Suite um ein weiteres In-Store Produkt für den Omnichannel-Vertrieb ergänzt, schlägt die Brücke zwischen dem Verhalten des Käufers im Store und dessen E-Commerce Aktivitäten. Mit dieser Produktentwicklung ermöglicht Detego dem Händler, über digitale Touchpoints im Store dem Wunsch des Kunden nach einer Verknüpfung von beiden Erlebniswelten gerecht zu werden.

Detego InChannels wurde, wie auch schon die anderen drei Produkte der Detego Suite, als aktive Unterstützung für Fashion Retailer in deren gesamten Value Chain konzipiert. Beginnend bei der Distribution und Präsentation der Ware sorgen Detego InWarehouse und Detego InStore für Bestandsgenauigkeit auf Einzelteilebene auf dem Lieferweg und in den Filialen. Die Analyse-Software Detego InReports rundet das operative Store-Management sowie die Merchandise Planung mit vorrausschauenden Echtzeit-Analysen und Handlungsempfehlungen ab.

Mit Detego InChannels bekommt der Händler nun ein weiteres Softwareprodukt an die Hand, das Consumer Engagement im Store ermöglicht. Der Kunde wird „dort abgeholt, wo er sich gerade in seinem Einkaufsprozess befindet“, d.h. die Software bietet verschiedene Facetten der Interaktion mit den Markenartikeln. Diese reichen von interaktiven Infoscreens auf der Fläche und in der intelligenten Umkleide (Smart Fitting Room) bis hin zu mobilen Apps und dem Chatbot Detega, worüber der Kunde in seinem Kaufprozess auf dem Smartphone jederzeit begleitet werden kann. Mittels Detego InChannels kann der Händler somit seinen Service verbessern und erhält zugleich neue KPIs (Key Performance Indicators).

Als wichtigster Ort der Kaufentscheidung gilt die Umkleide. Im Smart Fitting Room werden direkte Dialogmöglichkeiten mit dem Store-Personal und vielfältige Interaktion mit dem Sortiment und der Marke geboten: Der Kunde kann über interaktive Screens in der Kabine Artikelverfügbarkeit in Echtzeit prüfen, Produktvarianten (Größen, Farben, Modelle) wählen, Produktempfehlungen (Recommendations) erhalten, einen Verkäufer rufen oder Artikel zur Anprobe anfordern (Call-to-Assist). Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, durch das Vollsortiment zu browsen (Endless Aisle) und Reservierungen in sämtlichen Verkaufskanälen, wie z. B. einer anderen Filiale mit verschiedenen Lieferoptionen zu tätigen. Consumer Engagement bedeutet auch mit der Zeit zu gehen. Gerade im Young Fashion-Segment ist die Einbindung von Social Media Plattformen wichtig. Detego InChannels eröffnet die Möglichkeit, eigene Produktempfehlungen zu posten oder selbst kreierte Outfits zusammenzustellen und diese mit der eigenen Community zu teilen.

Mit präzisen, intelligenten Produktempfehlungen unterstützt Detego InChannels Händler im Consumer-Engagement-Prozess und macht Kunden nur passgenaue, real verfügbare Angebote zu vorort oder über den Webshop erhältlichen Produkten. Dabei berücksichtigt das System die Altersstruktur des aktuellen Filialbestandes und kann ebenso Artikel „pushen“, die nicht nur eine gute Ergänzung sind, sondern als „Slow Mover“ noch im Saisonzeitraum verkauft werden sollen. Die Software unterstützt also den Verkauf zur geplanten Marge und vermindert die Anzahl im Preis reduzierter Artikel.

Neu sind neben den Vorteilen der intensiveren Interaktion mit dem Kunden vor allem die Gewinnung von Daten über das Konsumentenverhalten im Store, die mit dem Einkaufs- und Nutzerverhalten der Webshopbesuche

abgeglichen werden. So erhält der Händler Informationen darüber, wie er Käufe beeinflussen, also die Conversion Rate gezielt optimieren kann. Detego InChannels liefert ihm Daten über die Anzahl der Anproben von Kampagnenartikeln und setzt diese in Relation zu Käufen und auch Nicht-Käufen auf Artikelenebene. Kundenströme werden pro Merchandisepräsentation mit der Anzahl der Anproben verglichen und den Verkäufen zugeordnet. Diese Auswertungen liefern dem Händler Handlungsempfehlungen, das Sortiment auf der Fläche so anzupassen, dass Kunden zu mehr Anproben und Käufen animiert werden. Indem der Händler diese Handlungsempfehlungen direkt in der Software bewertet, verbessert er permanent die Logik des selbstlernenden Systems und steigert seinen Nutzen.

„Der Kunde war immer schon König. Doch der Omnichannel-Kunde setzt sich selbst die Krone auf. Das ist neu. Fashion-Retailer müssen sich mit ihren Stores diesem neuen, digitalen Kunden in seiner speziellen Erwartungshaltung anpassen. Mit In-Store Technologie, die ihn bei diesem komplexen Consumer Engagement unterstützt, ist der Händler gut auf diesen Kunden eingestellt“, erklärt Uwe Hennig, CEO von Detego die Markteinführung von Detego InChannels.

4977 Zeichen inkl. Leerzeichen

Über Detego

Die Detego GmbH, ein innovativer Softwarehersteller, mit Hauptsitz in London und Niederlassung in Graz (Österreich) wurde 2011 gegründet. Das Unternehmen entwickelt und vertreibt europaweit mit der Detego Suite Standardsoftwareprodukte zur Echtzeit-Analyse und Artikeltransparenz im Modehandel. Die Suite besteht aus Detego InStore zur Merchandise-Sichtbarkeit auf der Verkaufsfläche und im Back-Store, Detego InWarehouse für Bestandstransparenz auf Stückerbene im Zentrallager und dem Data-Analytics Produkt Detego InReports. Detego InStore verhindert „Out-of-Stock“-Situationen und stellt in Kombination mit Detego InReports eine optimale Warenpräsentation und Artikel-Verfügbarkeit auf der Fläche sicher. Detego InReports analysiert die entscheidenden KPIs der einzelnen Standorte wie Warenbestand und -verfügbarkeit, sowie die jeweilige Artikelaltersstruktur (Verweildauer auf der Fläche) und ermöglicht dem Store Manager, Merchandise Planner sowie der Geschäftsleitung, Filialen auf Basis von Echtzeitdaten (Kasse, Kundenströme, Kundenverhalten) zu bewerten und effektive Maßnahmen einzuleiten. Detego unterstützt mit seinen Produkten die Omni-Channel- und digitalen Strategien der Textileinzelhändler, die durch den Einsatz eine aktive Filialnetzsteuerung sowie ein durchgängiges Einkaufserlebnis der Konsumenten auf allen Kanälen erzielen können. Ergänzt wird das Softwareangebot um Managed Services, wie zum Beispiel Software-as-a-Service (SaaS) und attraktive Finanzierungsmodelle. Zu den Kunden zählen internationale Modemarken, Händler sowie Warenhäuser. Detego ist in über 1.500 Stores bereits im Einsatz. Weitere Informationen unter www.detego.com

Detego in Social Media: Xing, LinkedIn oder YouTube:

<https://www.xing.com/companies/detegogmbh>

<https://www.linkedin.com/company/detego-ltd>

https://www.youtube.com/channel/UC38zjertxlBg_wUoTd_ek6g/feed

Pressekontakt:

Detego GmbH

Hans-Resel-Gasse 17a

A-8020 Graz

Iris Hauk

Tel. +43 316 711 111 702

i.hauk@detego.com

Stemmermann – Text & PR

Hinter dem Rathaus 1

D-23966 Wismar

Tanja Stemmermann

Tel. +49 3841 22 43 14

info@stemmermann-pr.de