



Modehändler optimieren Services und gewinnen Kunden durch datengesteuerte Einblicke

Die Detego-Software auf der Intel® Responsive-Retail-Plattform fördert intelligentes Artikelmanagement und ermöglicht Einzelhändlern, mit „Responsive Retail“ über „Unified Commerce“ hinauszuwachsen.

DETEGO

Wenn Kunden Kleidung online kaufen, verfolgen Einzelhändler deren Vorlieben und Bestellhistorie, um fundierte Empfehlungen abzugeben und den Lagerbestand optimal auf den Bedarf abzustimmen. Stationäre Einzelhändler stehen heute vor der Herausforderung, physische und digitale Verkäufe zusammenzuführen, um den Ansprüchen moderner, technisch versierter Käufer gerecht zu werden. Einzelhändler müssen mehr Kollektionen und Verkaufsaktionen betreuen als je zuvor, aber es fehlen ihnen präzise, kanalübergreifende Echtzeit-Daten und es fällt ihnen schwer, Kunden mit individualisierten Angeboten zu gewinnen. Darüber hinaus verbringen Verkaufsmitarbeiter einen Großteil ihrer Zeit mit Verwaltungsaufgaben, wie z.B. Warenvereinnahmung und -bearbeitung, anstatt mit Kundenbetreuung.

Um diese und ähnliche Probleme zu lösen, nutzen 73 Prozent der Einzelhändler und Großhändler mit einem Umsatz von über 500 Millionen US-Dollar Radiofrequenz-Identifikation (RFID). RFID funktioniert – es reduziert Regalleerstände um fast 41 Prozent und erhöht Gewinnspannen um mehr als 60 Prozent¹ – aber RFID allein ist nicht genug. Modehändler können die RFID-Technik jetzt nahtlos in ihre bestehende IT-Landschaft integrieren und eine innovative Software-Lösung einsetzen, um die gesamte Customer Journey nachzuvollziehen und aus stationären Verkaufsstellen so praktisch „digitale Hubs“ zu machen.

Detego ist ein Softwareanbieter für den Modeeinzelhandel und auf Echtzeit-Analysen und Artikeltransparenz spezialisiert. Die Software-Suite des Unternehmens erfasst und analysiert Warenbewegungen automatisch, führt dies mit dem Kundenstrom zusammen, und gibt Einzelhändlern so in Echtzeit Empfehlungen zur Verkaufsoptimierung und Kundenansprache für die Marke. Als Teil des Intel® Responsive-Retail-Plattform-Ökosystems unterstützen Detego-Lösungen digitale Strategien führender Modehändler und verschaffen dem stationären Einzelhandel so einen Wettbewerbsvorteil.

Steigende Kundenerwartungen im digitalen Zeitalter

Trotz des digitalen Zeitalters finden 90 Prozent aller Einzelhandelsverkäufe auch heute noch in stationären Geschäften statt². Im Modeeinzelhandel wollen Kunden immer noch in Geschäfte gehen und verschiedene Outfits sehen, anfassen und anprobieren können. Die Gründe für das Betreten eines Geschäfts sind zwar weitgehend die gleichen geblieben wie vor 20 Jahren, aber die Erwartungen der Kunden sind deutlich gestiegen.

Wer alles, was er oder sie möchte, binnen Sekunden auf dem Smartphone finden kann, erwartet in stationären Geschäften ein ähnliches Leistungsangebot, das unmittelbar überzeugt. Artikel, die Kunden online sehen, sollen im Geschäft verfügbar sein, und zwar in der bevorzugten Größe, Farbe und im bevorzugten

Schnitt. Kunden verlangen schnellen und maßgeschneiderten Service durch Mitarbeiter, die ihre Bedürfnisse verstehen – oder sogar vorhersehen. Außerdem erwarten Kunden ein einheitliches Einkaufserlebnis mit nahtloser Verbindung von Online- und Offline-Shopping: Sie wollen online entdeckte Artikel anklicken und reservieren und am nächsten Tag im Geschäft gleich ausprobieren können.

Tatsächlich werden stationäre Geschäfte diesen Erwartungen meist bei weitem nicht gerecht. Anstatt Kunden zu betreuen, verbringen Verkäufer einen Großteil ihrer Arbeitszeit mit Verwaltungsaufgaben. Sie halten sich im Lagerraum auf, vergleichen Lieferscheine mit Bestelllisten, veranlassen Rücksendungen und mühen sich mit dem Auspacken und Verstauen von Waren im Regal ab. Wenn ein Kunde hereinkommt, einen Verkäufer ausfindig macht und nach einem bestimmten Artikel fragt, muss der Verkäufer den Kunden stehen lassen, in den Lagerraum gehen oder den

Filialeiter fragen, ob der Artikel vorrätig ist – und allzu oft ist es es nicht. Tatsächlich sind Lagerüberschüsse, Lagererschöpfung und -schwund ein fast 1,1 Billionen US-Dollar teures Problem für Einzelhändler weltweit.³

Modehändler stehen außerdem vor einer Vielzahl von branchenspezifischen Herausforderungen. Steigende Mietkosten und der zunehmende Wettbewerb sorgen für zusätzlichen Druck zur Optimierung von Betriebsabläufen. Darüber hinaus müssen Einzelhändler mehr Kollektionen und Verkaufsaktionen betreuen als in der Vergangenheit, und dabei muss gleichzeitig mehr Material nachverfolgt werden – von der Produktion bis zum Verkauf. Um alle diese Anforderungen zu bewältigen und den zunehmend hohen Erwartungen der Kunden gerecht zu werden, suchen Einzelhändler nach Lösungen zur Beschaffung präziser Daten und fundierter Empfehlungen zu allen Materialien und Verkaufsaktionen, über alle Verkaufskanäle und in Echtzeit.

Die Software-Suite von Detego

Detego bietet eine modular aufgebaute Software-Suite, bestehend aus vier Produkten, die Einzelhändlern durch Echtzeit-Analysen, Reportings und klaren Handlungsempfehlungen ein intelligentes Management aller Artikel in ihrem gesamten Filialnetz und allen anderen Vertriebskanälen ermöglicht und den Endkunden ein neues Einkaufserlebnis bietet.

Datenstrom	Produkte	
Bestandstransparenz	Detego InWarehouse	Alle Artikel werden im Produktionsprozess mit RFID-basierten Tags bestückt, so dass die Artikel vom Transport bis zur Distribution präzise und automatisch überwacht werden können: Kostspielige Fehllieferungen werden so ausgeschlossen.
	Detego InStore	Detego InStore ermöglicht Echtzeit-Transparenz für jeden Artikel, von der Lagerbelieferung bis zum Endverkauf: Filialeiter und Store-Mitarbeiter wissen jederzeit genau, welche Artikel wo vorrätig sind.
Datenanalytik	Detego InReports	Komplexe Algorithmen wandeln Echtzeit-Daten in Key-Performance-Indikatoren der jeweiligen Standorte um. Mittels attraktiver Dashboards können Einzelhändler Meldungen, Analysen und klare Empfehlungen abrufen, die Entscheidungen zur Bestandsaufstockung, Preisnachlässen, Absatzförderung usw. beschleunigen und vereinfachen.
Kundengewinnung	Detego InChannels	Anwendungen zur Kundengewinnung vernetzen Verbraucherverhalten in Geschäften mit E-Commerce-Aktivitäten und ermöglichen so Unified Commerce.

Revolution des Einkaufserlebnisses

Detegos innovative Softwareprodukte für den Modeeinzelhandel bringen Analysemöglichkeiten und die daraus abgeleiteten Erkenntnisse in stationären Geschäften auf das Niveau der Onlineshops. Im Jahr 2011 gegründet, entwickelt und vertreibt das Unternehmen eine Suite, bestehend aus vier modularen Softwareprodukten, die Einzelhändlern umfangreiche Echtzeit-Analysen, Bestandstransparenz und datenbasierte Empfehlungen zur Optimierung ihrer Verkaufsstrategien bietet. Mehr als 1.500 Geschäfte haben die Detego-Lösungen bereits erfolgreich im Einsatz, darunter internationale Modemarken, führende Einzelhändler und Kaufhäuser.

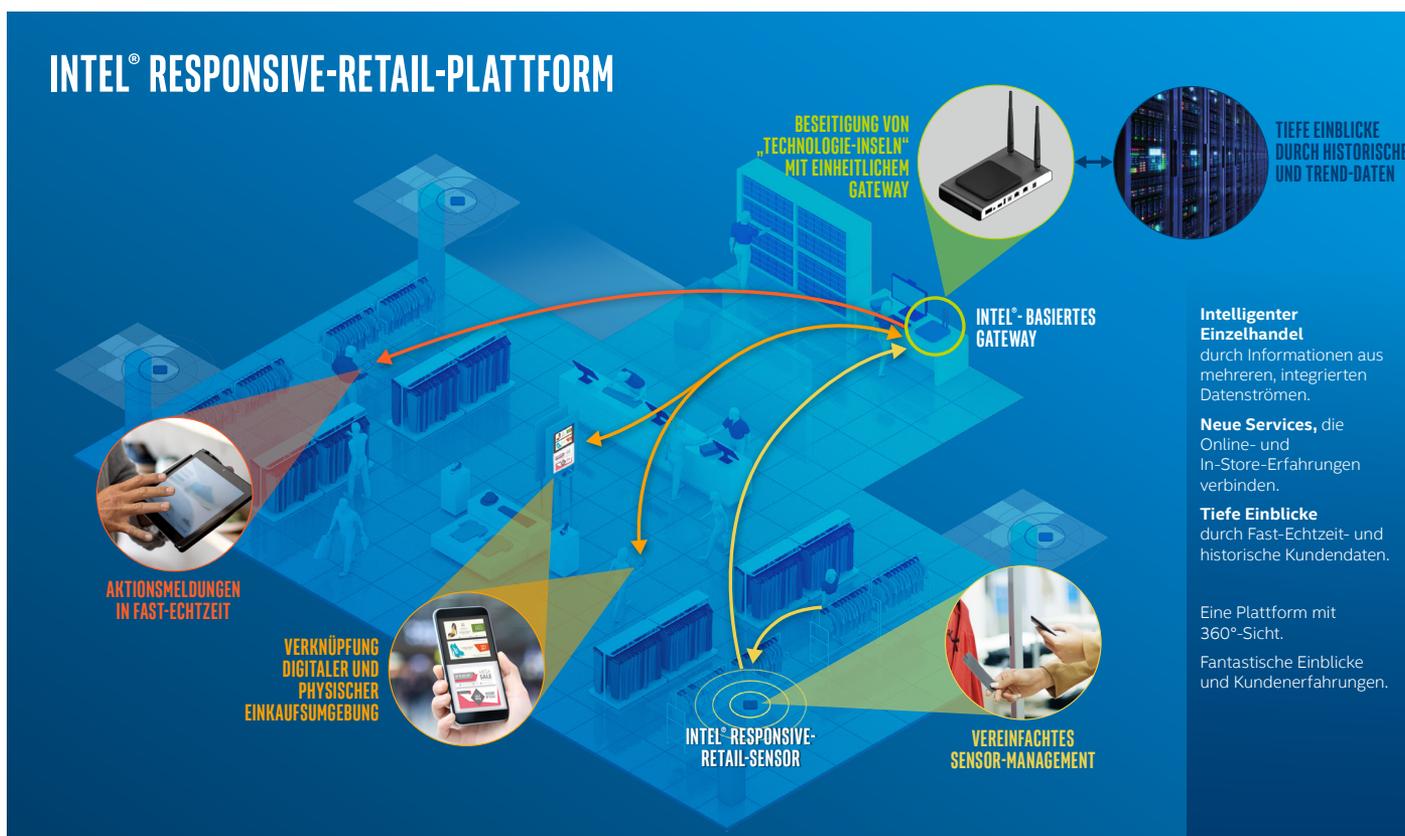
In Zusammenarbeit gehen Intel und Detego über Unified Commerce hinaus und liefern eine kostengünstige Responsive-Retail-Lösung, mit der Modehändler über alle Verkaufskanäle ein gleichbleibend starkes – und vernetztes – Einkaufserlebnis bieten können. Mit der Cloud-basierten Software wird Warentransparenz auf Artekelebene in allen Verkaufskanälen möglich – und das für eine monatliche Gebühr (SaaS) anstatt einer großen Vorabinvestition. Die Software basiert auf RFID-Technologie und kann nahtlos in die bestehende IT-Landschaft, das ERP-System, POS-System und Retail-Management-System integriert werden. Einzelhändler können außerdem die Vorteile einer elektronischen Diebstahlsicherung nutzen.

Viele Einzelhändler nutzen zwar mittlerweile RFID-Tags, die Software von Detego ist allerdings einzigartig, da sie Daten der verschiedenen Kanäle kombiniert und daraus klare Handlungsempfehlungen für den Händler erstellt. So kann die Detego-Software zum Beispiel ermitteln, welche Artikel an jeder Verkaufsstelle am häufigsten berührt und anprobiert werden und welche Artikel sich sowohl online als auch offline langsamer verkaufen. Anhand dieser Daten werden Warenströme und Artikelverfügbarkeit mit Verbrauchertrends abgestimmt und kostensparende und umsatzfördernde Optimierungen vorgeschlagen.

Die Detego Suite arbeitet nahtlos mit der Intel Responsive Retail Plattform, einer hochentwickelten Sensor- und Analytikplattform, die zur optimierten Kundengewinnung durch Erfassung von Echtzeitdaten aus Verbraucherverhalten in stationären Geschäften entwickelt wurde. Die Plattform kann schnell und kostengünstig eingesetzt werden, um neue und überzeugende In-Store-Einkaufserlebnisse und eine effizientere Geschäftsabwicklung zu fördern. Das breite Ökosystem der Intel®-basierten Lösungen auf der Plattform sorgt für hohe Leistung, Zuverlässigkeit und Skalierbarkeit über weltweite Filialnetze.

Was ist die Intel Responsive-Retail-Plattform?

Durch Verknüpfung von Produkt-, Kunden- und Teilhaberdaten gewinnen Einzelhändler völlig neuartige Einblicke in Geschäftsprozesse und Kundenverhalten. Die Intel Responsive-Retail-Plattform nutzt den Intel® Responsive-Retail-Sensor zum Abruf von Echtzeitdaten und greift dabei auf alle Signale – von RFID über Bluetooth* Low Energy bis zu WLAN – zurück, um ein individualisiertes und befriedigendes Einkaufserlebnis zu schaffen, wie es zuvor noch nie möglich war.



Völlig neuer Ansatz zum Einkaufserlebnis

Mit der Detego-Suite können Modehändler das In-Store-Einkaufserlebnis revolutionieren und datengesteuerte Empfehlungen zur Optimierung der gesamten Kundenerfahrung nutzen – vom Online-Shopping bis zum Ladenkauf.

Präzises Bestandsmanagement

Die Detego-Suite bietet Bestandsübersicht in Echtzeit für alle Stores und gewährleistet somit eine effiziente Bestandsführung und Artikelverfügbarkeit. Alle Artikel werden im Produktionsprozess mit RFID-Tags bestückt und können so während des Transports, in Warenlagern und Distributionszentren durchgängig erfasst werden. Die unvermeidbaren Ungenauigkeiten manueller Eingabeprozesse werden beseitigt. Manager wissen zu jeder Zeit, wo sich bestimmte Artikel befinden und wann diese den Zielort erreichen.

Verluste durch Bestandsschwund minimieren

Bestandsschwund allein kostet Einzelhändler in den USA fast 1,5 Prozent ihres Gesamtumsatzes⁴. Mit der Detego-Suite können Einzelhändler sowohl Bestandsschwund als auch teure Probleme mit Überbevorratung, Regalleerständen und Fehlplatzierung von Artikeln reduzieren. Bei nachlassender Nachfrage in Geschäften können Händler Lieferungen schnell anpassen. Hinweise zu Nachbestellungen und datengesteuerte Empfehlungen helfen Einzelhändlern, Lagerbestände in jeder Filiale zu optimieren.

Ein einheitliches Kundenerlebnis schaffen

Die Detego-Suite ermöglicht die Verbindung des Einkaufserlebnisses online bis hin zum Store. Einzelhändler erhalten Einblicke über ihre Kunden, um ihnen ganz gezielt ein maßgeschneidertes Einkaufserlebnis bieten zu können. Ein Filialleiter kann zum Beispiel eine Meldung bekommen, wenn ein Top-Kunde das Geschäft betritt: Verkäufer können diesen Kunden dann anhand der Daten zu Artikeln, die er zuvor online gesucht und gekauft hat, ganz individuell betreuen.

Verkäufe mittels detaillierter Echtzeit-Daten optimieren

Mit Detego InReports wissen Einzelhändler genau, welche Artikel angesehen, anprobiert und schließlich gekauft wurden – oder auch nicht. Algorithmen leiten aus den gesammelten Daten konkrete Handlungsempfehlungen ab, die auf Lageraufstockung oder auch Verkaufsaktionen und langfristige Planung abzielen können. Mithilfe der Empfehlungen, können Einzelhändler Kosten und Ineffizienzen reduzieren und zugleich den Umsatz optimieren.

Neue Services bieten

Einzelhändler können die Detego-Suite zur Einführung neuer Services nutzen, die Kundenbedürfnissen besser gerecht werden. So können Daten aus Umkleidekabinen, die Einblick in Artikel Conversion Rates und das Kundenverhalten geben, dazu genutzt werden eine bessere Customer Experience zu bieten und mehr Umsatz zu generieren. Auch Click & Collect, Retouren aus dem Onlinekauf, Ship-from-Store mit Lieferung am selben Tag und ähnliche Services sind mit der Suite möglich und helfen dem Händler, sich noch weiter von der Konkurrenz abzusetzen.

Fazit

Das Einkaufserlebnis im Einzelhandel verändert sich rasant, aber eines bleibt gleich: Kunden wollen in stationären Geschäften ihre präferierten Artikel in der richtigen Größe, Farbe und dem bevorzugten Schnitt vorfinden. Die innovative Software-Suite von Detego bietet Erkenntnisse in Echtzeit, mit denen Händler Kundenwünsche erfüllen können: nicht nur, weil damit der Weg jedes Artikels vom Warenlager bis zum Endverkauf vollständig transparent wird, sondern auch weil dadurch eine individuelle und durchgängig positive Kundenerfahrung ermöglicht wird.

Als Teil des Intel Responsive-Retail-Plattform-Ökosystems verschaffen Detego-Lösungen Modehändlern einen Wettbewerbsvorteil durch Unified Commerce, gesteigerten Umsatz und ein überragendes In-Store-Einkaufserlebnis.

Vorteile der Detego-Software

- **Umsatzsteigerung** durch aktuelle Bestandssicht, gesteigerte Warenverfügbarkeit und besseren Kundenservice
- **Bruttomargen erweitern** durch Datennutzung zur Optimierung von Preisabschlägen und Rabatten und zur Platzierung von Artikeln, wo sie sich am besten verkaufen
- **Bestandsgenauigkeit erhöhen** und Übervorräte reduzieren durch präzise Nachverfolgung aller Artikel in Echtzeit, vom Warenlager bis zum Endverkauf
- **Kundenservice verbessern** durch Automatisierung von Verwaltungsarbeiten: Verkäufer gewinnen Zeit zur Kundenbetreuung
- **Wettbewerber überholen** mit neuen Services wie Ship-from-Store mit Lieferung am selben Tag

Erfahren Sie mehr

Weitere Informationen zu Detego finden Sie unter detego.com

Weitere Informationen zu Intel® Retail-Lösungen finden Sie unter intel.com/retail



1. Kurt Salmon, RFID in Retail Study, 2016.

2. "Insights: The growing power of consumers." The Deloitte Consumer Review, July 2014, deloitte.com/content/dam/Deloitte/uk/Documents/consumer-business/consumer-review-8-the-growing-power-of-consumers.pdf.

3. Greg Buzek, "Retail's \$1.1 Trillion Inventory Distortion Problem," IHL Group, ihlservices.com/wp-content/uploads/2015/06/WeLostAustralia-Outline.pdf.

4. Marianne Wilson, "Study: Shrink Costs US Retailers \$42 Billion," Chain Store Age (CSA), chainstoreage.com/article/study-shrink-costs-us-retailers-42-billion-employee-theft-tops-shoplifting.

Intel und das Intel-Logo sind Marken der Intel Corporation oder ihrer Tochtergesellschaften in den USA bzw. anderen Ländern.

*Andere Marken oder Produktnamen sind Eigentum der jeweiligen Inhaber.

© Intel Corporation

Die Marke und die Logos von Bluetooth sind Eigentum von Bluetooth SIG, Inc. und werden von der Intel Corporation unter Lizenz verwendet.