

PRESSEMITTEILUNG**Modeeinzelhandel mit über 3 Millionen weniger Out-of-Stock Situationen durch AI-basierte Software von Detego**

Graz, 10. August 2017 — **Detego, Marktführer im Bereich Real-Time Business Intelligence für den Modeeinzelhandel, unterstützt Fashion Retailer unter anderem bei der erfolgreichen Eliminierung von Regallücken. Im Rahmen diverser Piloten sowie laufender Projekte konnten bis dato über drei Millionen Out-of-Stock Situationen vermieden werden. Dafür sorgt die auf künstlicher Intelligenz (AI) basierte Merchandise Management Software von Detego. Sie ermöglicht es Händlern, kritischen Lagerengpässen langfristig entgegenzuwirken.**

Die Detego Suite stellt sicher, dass fehlende Größen sowie diverse Lücken im Warenbestand zukünftig kein Problem mehr für Modeeinzelhändler darstellen. Mittels RFID (Radio Frequency Identification)-Tags an jedem Artikel wird die Ware entlang der gesamten Supply Chain – vom Lager bis in den Store – in Echtzeit verwaltet. Projekte, in denen IoT (Internet of Things)-Technologien und die AI-basierte Detego Suite eingesetzt wurden, zeigten eine hohe Warenverfügbarkeit und eine nahezu 100-prozentige Bestandsgenauigkeit – der Branchendurchschnitt bei Modehandelsunternehmen liegt bei rund 70 Prozent.

Die AI-Software wird auch für die Analyse und Aufbereitung von riesigen Datenmengen verwendet und nutzt Machine-Learning, um das Kundenverhalten von mehreren Millionen Verbrauchern besser zu verstehen und gleichzeitig wichtige Erkenntnisse sowie umsetzbare Handlungsempfehlungen für Modehändler zu generieren.

Aktuelle Studien belegen, dass die überwiegende Mehrheit der Kunden nach wie vor den Besuch des Stores bevorzugt. Dieser Trend zeigt sich besonders stark im Modebereich, wenn auch zunehmend mehr Kunden auf das Omnichannel-Angebot der Händler, einschließlich Online-Shopping über Smartphones oder Click-and-Collect, zurückgreifen.

“Trotz aller Fortschritte des digitalen Zeitalters werden im Einzelhandel immer noch mehr als 80 Prozent des Umsatzes im stationären Handel erwirtschaftet. Besonders im Modeeinzelhandel wollen Kunden weiterhin in Stores gehen, um die Ware zu sehen, zu spüren und verschiedene Outfits anzuprobieren. Während die Gründe, einen Store zu besuchen, fast dieselben sind wie vor 20 Jahren, sind die Erwartungen der Kunden stark gestiegen. Kunden, die auf ihrem Smartphone in Sekunden finden, was sie wollen, erwarten dasselbe Ergebnis im Store. Sie wollen Artikel, die sie online sehen, auch im Store in ihrer bevorzugten Größe, Farbe und Style finden“, sagt Uwe Hennig, CEO von Detego.

Detego konnte in den vergangenen Jahren einen signifikanten Anstieg bei Omnichannel-Services erkennen und hat bereits über 1,5 Millionen Omnichannel-Transaktionen erfolgreich über die Detego Suite abgewickelt.

“Funktionierende Omnichannel-Services wie zum Beispiel Click-and-Collect sind ein weiterer wichtiger Grundstein, um die Vorteile aus dem stationären und dem Online-Handel zu verbinden. Kunden erwarten ein nahtloses Einkaufserlebnis über alle Vertriebskanäle hinweg. Zum Beispiel möchten Kunden in der Lage sein, einen Artikel online zu reservieren, um diesen in der nächstgelegenen Filiale anzuprobieren“, äußert Hennig.

Zeichen: 3187

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 BackStore, Detego InWarehouse für Bestandstransparenz auf Stückerbene im Zentrallager, Detego InReports für Data-Analytics und Detego InChannels für ein aktives Consumer Engagement. 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 die Omnichannel- und digitalen Strategien der Textileinzelhändler, besonders durch den Einsatz von Consumer Engagement-Maßnahmen am POS, eine aktive Filialnetzsteuerung sowie ein durchgängiges Einkaufserlebnis der Konsumenten in allen Kanälen. 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/UC38zjertxIBg_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