

FashionTAG digitalisiert den Handel

Elektronische Preisschilder unterstützen Omnichannel-Strategie einer großen Warenhauskette in Deutschland innerhalb von 2 Wochen



„Mit den FashionTAGs schaffen wir für den Einzelhändler ein völlig neuartiges Omnichannel-Einkaufserlebnis. Von den neuen digitalen Services profitieren nicht nur dessen Kunden, sondern auch die Mitarbeiter. Etikettieren auf Knopfdruck spart nicht nur Zeit, sondern erlaubt auch die einfache Steuerung des Konsumentenverhaltens.“

Alexander de Poel, T-Systems

Schon immer mussten die Unternehmen des Einzelhandels schnell auf das Kundenverhalten reagieren; eine passende Preispolitik ist eine essenzielle Komponente für den Erfolg. Doch über den klassischen Wettbewerb stationärer Filialen hinaus verändert die Digitalisierung die Branche nachhaltig. Etablierte Warenhausketten müssen umdenken. Ein Onlineshop ist dabei nur eine Komponente. Auch eine große deutsche Warenhauskette setzt auf eine Omnichannel-Strategie, bei der die digitale Welt mit der der Filialen verschmilzt. Integrierte IoT-Ansätze spielen dafür eine wesentliche Rolle.

Auf einen Blick

Mit der Einführung elektronischer, vernetzter Preisschilder verbindet ein etablierter Einzelhändler in Deutschland seine Filialen mit dem Online-Handel. Preise für einzelne Artikel oder Artikelgruppen lassen sich einfach und schnell ändern. Auch der Onlineshop greift auf die IoT-Devices zu. Kunden bekommen so ein integriertes Einkaufserlebnis: Sie können das Beste beider Welten nutzen.

- Effiziente und automatisierte Umstellung von Preisen
- Elektronisches Preisschild als Sprungbrett für digitale Mehrwertdienste in Retail
- Kundenverhalten durch gezielte Preisanpassungen steuern
- Positionserfassung der Artikel
- Omnichannel Experience

Die Referenz im Detail

Herausforderung

Schneller reagieren, Kundenmehrwerte schaffen

Die Warenhauskette setzt auf eine klare Digitalstrategie, um sich im Wettbewerb mit optimalem Service und effizienten internen Abläufen zu differenzieren. Mit individuellen Preisanpassungen für einzelne Artikel will das Unternehmen noch schneller auf die aktuellen Marktbedingungen reagieren. Bislang war beispielsweise das Umetikettieren mit viel Handarbeit für die Mitarbeiter verbunden. Zudem ließen sich Artikel nicht spezifisch umpreisen. Eine zweite Herausforderung war das Auffinden bestimmter Artikel im Warenhaus; gleichzeitig sollte der aktuelle Warenbestand auf Knopfdruck jederzeit einsehbar sein, um eine effektive Omnichannel-Strategie zu realisieren.

Lösung

FashionTAGs heben IoT-Potenziale für den Modehandel

In der Pilotfiliale im Rheinland kommen 50.000 FashionTAGs als elektronische Preisschilder für Modeartikel zum Einsatz. Ein typisches IoT-Szenario für den digitalen Handel. Jedes einzelne Preisschild – und damit der zugehörige Artikel – ist individuell identifizierbar. Gleichzeitig erhält der Einzelhändler durch die Kopplung der Artikel ins Warenwirtschaftssystem vollkommene Transparenz über den Bestand. Das bedeutet nicht nur zu wissen, wie viele Artikel in welcher Größe verfügbar sind, sondern auch wo diese sich genau befinden.

Der Clou: Onlineshop und stationärer Handel greifen auf denselben Datenbestand zu. Damit ermöglicht das digitale Preisschild einen Omnichannel-Ansatz: Kunden können sich online informieren bzw. kaufen und ihre Produkte in der Filiale abholen oder liefern lassen. Aber auch andersherum bringt das System Kunden eine höhere Customer Experience: Wer den gewünschten Artikel in der Filiale gefunden hat, schlägt mit einer Bezahlung per App der Warteschlange an der Kasse ein Schnippchen. Gleichzeitig erhalten die Verantwortlichen die Möglichkeit, die Preise bestimmter Artikel und Artikelgruppen dynamisch innerhalb von Minuten per Knopfdruck an das Kundenverhalten anzupassen und so den Abverkauf zu fördern.

Integrierte Lösungen sind das A und O für Omnichannel-Ansätze. Der digitale Footprint muss in die stationären Filialen ausgeweitet werden und mit den etablierten IT-Systemen verknüpft werden. Dafür implementiert T-Systems nicht nur die IoT-Devices, sondern bindet diese auch mit passenden Netzkomponenten an. Das Management der IoT-Komponenten erfolgt über ein zentrales System aus der Cloud, das mit den Bestandssystemen des Einzelhändlers integriert ist, so dass Verantwortliche Echtzeit-Transparenz und Steuerungsmöglichkeiten für das Geschäft gewinnen.

Kundennutzen

Digitaler Handel: Schnell auf Kundenverhalten reagieren

Mit der Einführung des FashionTAGs als elektronisches Preisschild für Bekleidung stößt die Warenhauskette die Tür zur Digitalisierung des Einzelhandels weit auf: Die digitalen, auf Knopfdruck anpassbaren Etiketten unterstützen nicht nur das Personal in den Filialen, sondern sind auch das perfekte Bindeglied für eine Omnichannel-Strategie, mit der die Filialen und Online-Verkaufskanäle optimal verknüpft werden.

- Effiziente und automatisierte Umstellung von Preisen
- Individuelle und dynamische Preisanpassung spezifischer Artikel für stärkeren Abverkauf/höhere Marge
- Transparenz über Artikelverfügbarkeit
- Schnelle Auffindbarkeit von Artikeln durch Geotagging
- Inventarisierung auf Knopfdruck
- Innovatives Einkaufserlebnis, hohe Customer Experience
- Click & Collect: Online kaufen, offline mitnehmen

Kontakt

T-Systems International GmbH
Hahnstraße 43d
60528 Frankfurt am Main
E-Mail: referenzen@t-systems.com
Internet: www.t-systems.com

Herausgeber

T-Systems International GmbH
Marketing
Hahnstraße 43d
60528 Frankfurt am Main
Deutschland