

Handelsverband Deutschland – HDE / Kompetenzzentrum Handel Stellt DigitalNavi Handel vor

Mittwoch, 20.01.2021

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel stellt das DigitalNavi Handel vor und schafft somit erstmalig eine umfangreiche Übersicht über technologische Möglichkeiten zur Digitalisierung des stationären Point of Sale und damit einhergehende Kriterien zur Auswahl von Technologien. Gleichzeitig wird ein Einblick in die unmittelbar verknüpfte Customer Journey gegeben, die Unternehmen dabei hilft, den Einkaufsprozess der eigenen Kundschaft zu verstehen und somit ein verbessertes Einkaufserlebnis durch gezielte Services zu schaffen.

Welche digitalen Technologien passen zu den Zielsetzungen am stationären Point of Sale meines Unternehmens? Für HändlerInnen ist dies eine der zentralen Fragen auf ihrem Weg in die digitale Zukunft. Viele fühlen sich auf diesem Weg jedoch alleine gelassen, oft herrscht Unklarheit zur Herangehensweise und den technologischen Möglichkeiten. Doch damit soll nun Schluss sein: Das Kompetenzzentrum Handel hat mit dem DigitalNavi Handel ein Tool entwickelt, das Handelsunternehmen Orientierung bei Digitalisierungsfragen am stationären Point of Sale bietet. Entlang der Customer Journey werden digitale Technologien vorgestellt, die HändlerInnen einen Überblick verschaffen, welche technologischen Möglichkeiten sie individuell im stationären Geschäft nutzen können. Auch werden digitale Möglichkeiten aufgezeigt, die einen wichtigen Bogen zwischen dem stationären Geschäft und der Onlinewelt schlagen, wie Social-Media-Aktivitäten. Zu allen Technologien wird beispielsweise außerdem eingeschätzt, welche Auswahlkriterien aus Sicht der UnternehmerInnen in welchem Maß erfüllt werden, welche Mehrwerte einzelne digitale Anwendungen für die Kundschaft bieten und ob diese mit einer Technologie interagieren können.

Customer Journey spiegelt Einkaufsprozess der KundInnen wider

Die Customer Journey steht im Mittelpunkt vieler Marketingmaßnahmen und gibt Einblick über Berührungspunkte, die KundenInnen im Laufe des Einkaufsprozesses zum Unternehmen haben. Sie umfasst den Weg vom ersten Kaufimpuls, über Auswahlprozesse und die Entscheidungsfindung bis hin zum Kauf eines Produkts selbst. Sie nimmt darüber hinaus die längerfristige Kundenbindung in den Blick, die idealerweise erfolgen sollte. Digitale Tools können auf dieser Kundenreise entlang des Einkaufs helfen, das Kundenverhalten besser zu verstehen, mehr Anreize für den Besuch im eigenen Unternehmen zu schaffen, ein begeisterndes Einkaufserlebnis zu bieten und dadurch den Umsatz zu steigern.

Unterstützung durch die Experten des Kompetenzzentrums

Mit dem Ziel, Digitalisierung für den Handel der Zukunft zielführend zu nutzen, begleitet das Kompetenzzentrum Handel HändlerInnen zu verschiedenen Themen und aktuellen Fragestellungen. Das neue DigitalNavi Handel stellt als Onlinetool sehr übersichtlich und für jeden zugänglich dar, wie Unternehmen die Attraktivität ihres stationären Point of Sale weiter steigern können, um der Kundschaft auch im Ladengeschäft ein noch ansprecherndes Einkaufserlebnis entsprechend ihrer Bedürfnisse zu bieten. Denn Kundenzufriedenheit ist nach wie vor grundlegend wichtig, um sich besser im Wettbewerb zu platzieren und Zielgruppen stärker an das eigene Unternehmen zu binden. Digitale Lösungen sind

besonders vielfältig und bei gezieltem Einsatz äußerst kundenzentriert – klare Vorteile, die besonders in der Coronakrise zentral sind.

Stellt DigitalNavi Handel vor

Links

- [Handelsverband Deutschland – HDE](#)