

Die fünf Megatrends im Online-Handel

Online-Marktplatz eBay: Ein Ausblick auf die sehr nahe Zukunft des Handels | Neue Konzepte

Neue Technologien verbreiten sich in immer kürzerer Zeit. Ein Grund dafür ist das wachsende Bedürfnis der Konsumenten nach Convenience, das durch digitale Technologien ermöglicht und beschleunigt wird. Nicht nur beim Einkaufen, sondern in jedem Lebensbereich erwarten Menschen immer komfortablere Lösungen, die ihnen Zeit sparen, Orientierung geben und ihnen einen individuellen Lifestyle ermöglichen. Vor welchen Herausforderungen aber auch Chancen der Handel dabei steht, zeigen die fünf großen Trends, die sich im E-Commerce abzeichnen.

Trend 1: Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz umgibt uns heute fast überall, um uns den Alltag zu erleichtern. Im E-Commerce funktionieren viele Bestell- und Bezahlvorgänge, Preisadjustierungen oder auch Serviceleistungen längst mit Hilfe intelligenter Algorithmen. Möglich macht das die Sammlung und Auswertung unzähliger Nutzer- und Nutzungsdaten, durch die die individuellen Kaufabsichten von Nutzern abgeleitet und dazu passende Produkte angeboten werden können. eBay hat mittels künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen beispielsweise eine Suchfunktion entwickelt, die Käufern das Finden ihrer Wunschprodukte nur anhand eines Bildes anstelle der Eingabe von Suchbegriffen ermöglicht. Mit der Funktion „Bildersuche“ können Fotos im Suchfeld der iOS-

und Android-Apps von eBay hochgeladen werden. Die App sucht anschließend nach ähnlichen Artikeln bei eBay. Durch automatische Bilderkennung erleichtert die App das hochgeladene Foto mit den Produktabbildungen der über 1,1 Milliarden bei eBay verfügbaren Angebote und listet dem Nutzer daraufhin Artikel mit ähnlichen oder vergleichbaren Produktbildern auf.

Trend 2: Personalisierung

Künstliche Intelligenz kommt auch im Bereich der Personalisierung zum Einsatz. Es ist heute bereits möglich, individualisierte Nutzererfahrungen zu generieren. Dazu gehören Produktempfehlungen, die auf der Such- und Kaufhistorie eines Nutzers auf einer Plattform beruhen – etwa individuell zusammengestellte Outfits im Fashion-Bereich oder personalisierte Playlists im Musik- und Filmbereich. Auch eBay setzt auf seiner Plattform bereits auf persönliche Kundenerlebnisse. Jedem Nutzer werden nach dem Login auf seiner eBay-Startseite Produkte angezeigt, die ausgehend von seinem Such- und Kaufverhalten auf seine Interessen zugeschnitten sind. Das erhöht die Kaufwahrscheinlichkeit und wirkt sich positiv auf die Sucherfahrung aus.

Trend 3: Kontextbezogener Handel

Um den mobilen Käufer jederzeit und

überall zu erreichen, muss es für ihn möglich sein, situativ einzukaufen, also direkt dort, wo er sich gerade befindet. Man spricht hier auch von kontextbezogenem Handel, der eine nahtlose Käuferfahrung erzeugt. Ein Beispiel dafür ist „Shoppable Content“ in Online-Magazinen oder auf Blogs. Verbrauchern ist es dabei möglich, in Berichten und Fotos dargestellte Produkte sofort zu kaufen, ohne dafür die Seite verlassen zu müssen. Hat man gerade mal keine Hand frei, kann der Einkauf über einen Sprachassistenten wie Google Home helfen. Zusammen mit Google hat eBay eine Anwendung für den sprachgesteuerten Einkauf entwickelt, die das Shoppen auf dem Online-Marktplatz so noch einfacher und nahtloser macht.

Trend 4: Unmittelbares Markenerlebnis

Für Marken wird es immer schwieriger, sich im Massenkonsum durchzusetzen. Die Zielgruppe ist fragmentiert, die Verbraucher sind weniger markentreu und haben hohe Ansprüche an das Markenerlebnis. Eine konkurrenzfähige E-Commerce-Strategie ist heute zudem mit hohen Investitionen und Expertise im Bereich der Datenanalyse verbunden. Online-Marktplätze wie eBay haben sich hier als Einkaufsplattformen der Zukunft etabliert. Über sie können Marken ohne Umwege zum Verbraucher gelangen. Zudem bieten sie eine fertige Infrastruktur vom Mar-

ken-Shop über autorisierte Handelspartner bis zum Fulfillment- und Logistikservice für den nationalen und internationalen Vertrieb. Marken, die bei eBay verkaufen, können zudem ihren eigenen Markenauftritt auf der Plattform individuell anpassen und haben die Kontrolle über Sortiment und Preise. Dabei besteht keine Konkurrenz durch den Online-Marktplatz, denn eBay handelt dort nicht selbst.

Trend 5: Innovative Geschäftsmodelle

Aus den sich wandelnden Kundenbedürfnissen haben sich in den letzten Jahren auch neue Geschäftsmodelle entwickelt, die gestützt von digitalen Technologien weiter an Bedeutung gewinnen werden. Beispielsweise setzen sich Abonnements im Bereich der Fast Moving Consumer Goods wie Lebensmittel oder Kosmetik stärker durch. Verbraucher begrüßen die regelmäßige und automatische Lieferung täglicher Bedarfsartikel, weil ihnen das Aufwand und Zeit für wichtigere Dinge erspart. Ein weiteres Geschäftsmodell ist die Sharing Economy. Hier geht es um zweckmäßige Nutzung anstatt um Besitz, etwa beim Car- oder Bike-Sharing. Mieten oder Leihen ist ein starker Trend, vor allem unter der jungen und preisbewussten Zielgruppe der Millennials.

eBay als zukunftsfähiger Partner im E-Commerce

Auf diese digital getriebenen Entwicklungen sollten sich Online-Händler besser heute schon einstellen, um morgen wettbewerbsfähig zu sein, denn der technologische Fortschritt wächst rasant und die Kundenwünsche wachsen mit. Online-Marktplätze wie eBay können dabei ein starker Partner sein. Die Plattform bietet eine hohe Reichweite von 177 Millionen aktiven Käufern weltweit, ein enormes Marketingvolumen und eine starke digitale Innovationskraft. Händlern, Marken und Herstellern kann der Online-Marktplatz so die passenden Tools und Services an die Hand geben, um auch in Zukunft erfolgreich im E-Commerce zu sein. Dabei versteht sich eBay als Partner des Online-Handels, nicht als Konkurrent.

Diese digitalen Entwicklungen treiben die Trends im Online-Handel. Grafik: eBay

moebelmarkt.de →
UNTERNEHMEN

