

9 TECHNOLOGIEN

FÜR DEN EINFACHEREN UND PROFITABLEREN VERKAUF



«Das Öffnen eines Ladens ist nicht neu, aber was ist neu wenn man einen Laden eröffnet?»

- 1 CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
- 2 DIGITAL MARKETING
- 3 HARMONISIERUNG VON WEB- UND LADENVERKÄUFEN
- 4 GESCHWINDIGKEIT UND MOBILITÄT
- 5 CLOUDBASIERTE TRANSAKTIONEN
- 6 INDIVIDUELLE PROZESSINTEGRATION
- 7 AUTOMATISIERTE INVENTUR
- 8 BUSINESS EINBLICKE
- 9 SYSTEME, DIE ZUSAMMENARBEITEN

«Innovativ ist, was Sie nicht sehen.»



GESTERN UND HEUTE

Wenn Sie einen modernen Laden betreten, so sehen Sie sofort, dass sich seit den Tante Emma Läden vieles verändert hat.

Sperrige Registrierkassen sind verschwunden wie die alten Faxgeräte. Sie sehen, wie das Verkaufspersonal zielgerichtet durch das Geschäft streifen und den Kunden über ein iPad Produkte erläutern oder Inventur machen. Kunden sehen auf dem iPad, welche anderen Produkte zu den Produkten passen, für die sie sich interessieren.

Online-Transaktionen, die Kundendaten, die auf einen zentralen Server hochgeladen werden, hochwertige statistische Auswertungen in Echtzeit aus der Cloud-Datenbank.

STARTEN SIE JETZT

Was ist der Nutzen von all dieser Innovation? Während all diese Gadgets dem Neuling als kompliziert erscheinen mögen, macht die moderne Einzelhandelstechnik letztlich die Arbeit vom Einkauf bis zum Buchhaltung leichter.

Sie hilft Ihnen, die Kosten niedrig zu halten und sowohl die Einnahmen wie auch Ihre Reichweite zu steigern. Dies auch für Kleinfirmen. Wenn Sie als etablierter Laden umstellen oder Sie als neues Geschäft starten, so können Sie die Wettbewerbsvorteile von Online-Systemen, digitaler Kommunikation, Automatisierung und Analytik voll ausnutzen.

Egal ob Sie einen Marktstand eröffnen oder eine Multi-Store-Franchise starten, hier lesen Sie über die Einzelhandels-Innovationen, die Sie im Auge behalten müssen, wenn Sie in einem überfüllten Markt gedeihen möchten.



«Die Einsicht, die Sie sammeln, hilft Ihnen nicht nur die Kunden glücklich zu machen wenn sie in Ihrem Laden kommen, sondern es ermöglicht Ihnen sich mit den Kunden auseinanderzusetzen. Somit bleiben Sie auf dem Laufenden und verpassen keine neuen Trends. Digitales Marketing macht es möglich.»



1

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Neue Ladenbesitzer müssen entscheiden, ob und wie Sie von ihrer Website gesammelte Kontakt- und Präferenzinformationen über ein CRM-System (Customer Relationship Management) nutzen.

Die besten neuen Einzelhandels-Tools bieten CRM-Features innerhalb des Point-of-Sale-Systems, was ein grosses neues Verkaufspotential ist. Mit der grossen Menge an Informationen über Ihre Kunden, die Sie durch moderne Business Software sammeln, speichern und zurückrufen, können Sie eine loyale Kundenbasis aufbauen und Ihr Geschäft, das sich laufend entwickelt, Ihren Bedürfnisse anpassen.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Sammeln Sie allmählich Informationen über Ihre Kunden durch die bisherigen Kontaktpunkte, von den Kontaktdaten bis hin zu Größe, Lieblingsfarben und anderen Vorlieben. Dies ermöglicht es Ihnen, ihre Kaufgeschichte zu analysieren und die Präferenzen Ihrer Kunden besser zu verstehen. Ist zum Beispiel ein Kunde eher der städtische oder der ländliche Typ?

MARKETING-AKTIVITÄTEN

Erstellen Sie somit personalisierte Marketing Aktivitäten wie etwa zielgerichtete Veranstaltungen und E-Mail-Kampagnen.

PERSÖNLICHE INTERAKTIONEN

Setzen Sie persönliche Interaktionen im Laden um, zum Beispiel indem Sie die Hobbys Ihrer Kunden, Familiennamen, Geburtstage und andere Informationen im Geschäft platzieren.

AKTIVER AUSTAUSCH

Stellen Sie einen hochwertigen Service durch Ihre Mitarbeiter sicher, indem Sie Kundeninformationen unter den Mitarbeitern aktiv austauschen.





«Sich Zeit zu nehmen und zu überlegen, wie man das Beste aus Ihrem Point-of-Sale-System macht? Das Potenzial kann weitaus grösser sein als nur Transaktionen und Bestandsführung umzusetzen.»

2

DIGITAL MARKETING

Digitales Marketing ist nicht neu, aber es gibt neue digitale Marketing-Tools, die in Ihre Webseite eingebunden werden. Gerade kleinere Einzelhändler können so weitere Kontaktmöglichkeiten zu Kunden aufbauen und anschliessend im aktiven Marketing nutzen.

In dieser Form kann digitales Marketing sogar eine persönliche Note haben. Neue Marketingwerkzeuge mit tiefem Einblick in die Kundschaft bedeuten, dass Sie massgeschneiderte Aktivitäten für spezielle Gruppen umsetzen können. Für die Kunden hat solche Werbung somit mehr Relevanz und Sie lesen sie eher.

WEBSITE

Schöne neue bildbasierte Webseiten helfen Ihnen, Kunden von Ihren Marken und Waren zu begeistern. Aber eine tolle Webseite ist nicht mehr genug. Moderne digitale Marketingmethoden, wie etwa Email-Serien, bieten eine Reihe von Vorteilen für unabhängige Einzelhändler.

SOCIAL MEDIA

Erfolgreiche kleine Einzelhändler füttern aktiv Social Media und glückliche Kunden mit Mikroinhalten, Fotos und Videos von Produkten. So erscheinen Ihre Produkte attraktiv und aktuell.

DIALOG

Umfragen und einfache Online-Konversationen sind eine leistungsstarke Möglichkeit mit Ihren Kunden zu interagieren. Sie erkennen somit, was sie mögen und nicht mögen, was sie wollen und brauchen. Halten Sie diesen Dialog aktiv und achten Sie darauf die daraus entstandenen Ergebnisse zu speichern und zu im Marketing zu verwenden.

E-MAIL MARKETING

E-Mail Marketing an Ihre Kunden funktioniert wirklich, besonders wenn Sie regelmässige gezielte, personalisierte Nachrichten basierend auf Ihrem Kundenwissen senden.



MOBILE KUNDEN

Kunden mit mobilen Geräten sind motiviert und viel unterwegs. Studien in den USA (Statista) und Untersuchungen in Europäischen Ländern zeigen klar, dass der Anteil an mobilen Nutzern den Anteil traditioneller Computer komplett in den Schatten gestellt haben. Je nach Beispiel sind 80% bis weit über 90% von ihnen auf dem Handy unterwegs. 50% der Sucher besuchen einen Laden innerhalb einer Stunde nach einer Suche, und 16% davon führen zu einem Kauf. Mach also alles was du kannst der mobile Nachfrage zu genügen!

INTERNETSUCHE

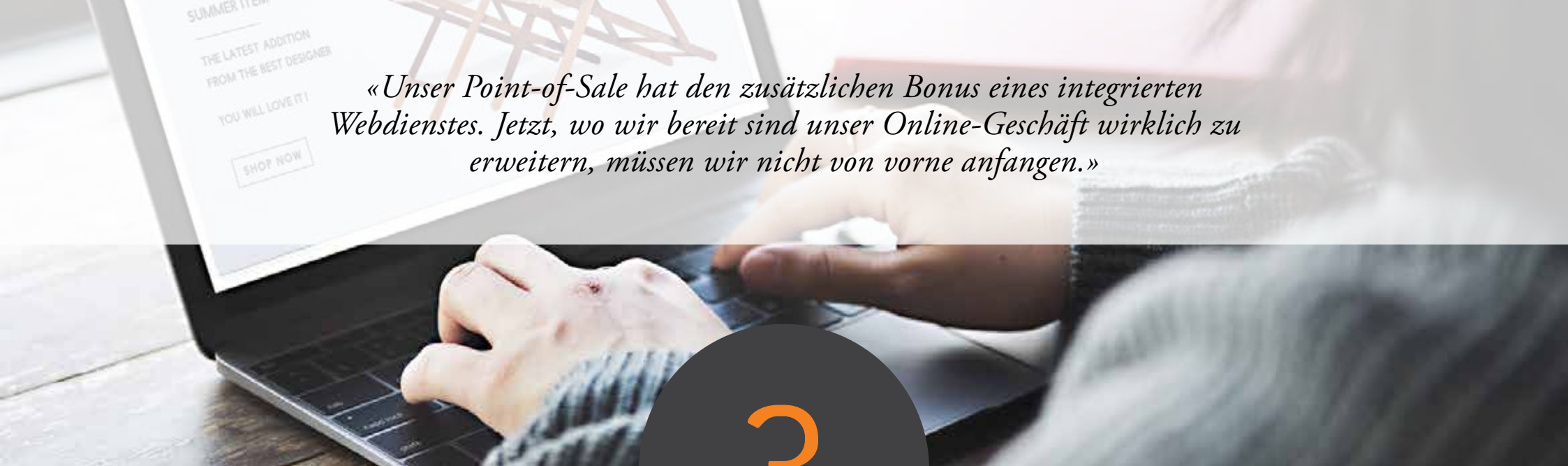
Wenn ein potenzieller Kunden Sie nicht online finden kann, so wird er wahrscheinlich nicht kommen und nicht kaufen! Sie werden also Ihre Website für die Internetsuche optimieren müssen.

Eine Produktliste oder ein Online-Invetar wird dazu beitragen, Ihr Geschäft in Produkt-Suchergebnisse erscheinen zu lassen. Eine vollständige Beschreibung Ihres Shops wird Ihr Ranking bei lokalen Suchanfragen verbessern.

LOYALITÄTSPROGRAMME

Neue Loyalitätsprogramme sind viel mehr als die 10-Stempel-Karte der Pizzeria. Intelligente Loyalitäts-Apps wie Thirdshelf und AppCard nutzen Kundendaten, um die Loyalitätslandschaft zu personalisieren. Durch Bluetooth-Technologien wie iBeacon können Sie an geeigneten Stellen Ihres Ladens Ihren Kunden Nachrichten senden, die für sie relevant sind.





«Unser Point-of-Sale hat den zusätzlichen Bonus eines integrierten Webdienstes. Jetzt, wo wir bereit sind unser Online-Geschäft wirklich zu erweitern, müssen wir nicht von vorne anfangen.»

3

HARMONISIERUNG VON WEBSHOP UND LADEN

Egal, ob Sie Ihren Laden im Netz starten und auf die Strasse erweitern oder umgekehrt, das beste Szenario ist, dass Ihr E-Commerce und In-Store-System von Anfang an zusammenarbeiten werden.

Separate Inventarsysteme oder Datenbanken sorgen für unnötige Komplexität. Im Gegensatz zu Legacy-Systemennutzen die besten neuen Tools diesen beiden Vertriebskanäle einfach als alternative Türen zu einem einzigen System.

HARMONISIERUNG VON WEBSHOP UND LADEN

WEBSHOP...

In den vergangenen Jahre stiegen die E-Commerce-Verkäufe in den USA und Europa im zweistelligen Prozentbereich. Hier gibt es das beste Wachstumspotential für den Einzelhandel. Neue Läden können es sich nicht leisten, um auf omnichannel Potential zu verzichten. Stellen Sie also sicher, dass Ihre Business Software Sie dabei unterstützt.

... UND LADEN

Harmonisierte In-Store- und E-Commerce-Systeme helfen Ihnen, knappes Geld und Zeit zu sparen und Komplikationen und zusätzliche Arbeit zu vermeiden.



«Schnelle, fokussierte, organisierte Menschen jeden Alters wollen schnelle, fokussierte, organisierte Systeme nutzen.»

4

GESCHWINDIGKEIT UND MOBILITÄT

Moderne Einzelhandels-Systeme sind umfassend und schnell und einfach zu bedienen. Das bedeutet weniger Zeit in der Check-out-Linie für Ihre Kunden und weniger Ärger für Ihre Mitarbeiter.

Mitarbeiter, vor allem die ums Jahrtausendende geborenen, erwarten in ihrem Alltag ein gewisses Mass an digitaler Leichtigkeit.

GESCHWINDIGKEIT UND MOBILITÄT

MIT DEM IPAD ZUM KUNDEN

Geschwindigkeit und In-Store-Mobilität hat viele Vorteile. Vertriebsmitarbeiter können sich frei im Laden bewegen, während sie dennoch in der Lage sind einen Lagerbestand zu prüfen und sogar komplette Käufe mit einem Tablet abzuschliessen.

WAS PASST DAZU?

Finden Sie Cross-Selling- und Up-Selling Produkte, um zum Beispiel das ideale Accessoire zu einem neuen Shirt zu verkaufen.

GLÜCKLICHE MITARBEITER

Wenn man eine intuitive und das Tablet unterstützende Business Software einsetzt wird es einem helfen, talentierte Mitarbeiter zu gewinnen, zu halten und das Beste aus ihnen herauszuholen.



«Mit unserem POS und dem mobilen Dashboard wissen wir in der Geschäftsleitung immer was los ist und zwar über alle unsere Läden zu allen Zeiten bis hin zu sehr spezifischen Details. Wir können fundierte Entscheidungen darüber treffen, welcher Laden unsere Aufmerksamkeit an welchen Tagen der Woche braucht.»

5

CLouDBASIERTE TRANSAKTIONEN

Moderne Einzelhändler wollen mobilen Zugang zu ihren Geschäftsdaten, unabhängig davon, ob sie bei einem externen Kauf-Meeting sind oder von zu Hause arbeiten wollen oder nach Übersee fahren.

Laut Emergent Research sind fast 37% der kleinen Unternehmen «vollständig angepasst» für Cloud-basierte Anwendungen. Dies soll bis 2020 auf 78% der Kleinbetriebe ansteigen.

CLOUDBASIERTE TRANSAKTIONEN

AUSWERTUNGEN

Der Zugang zu Echtzeit-Verkaufs- und Inventurdaten ist ein wichtiger Mehrwert für eine Einzelhandelslösung. Er bringt kleinen Unternehmen immense Freiheit und besseren Einblick in ihre Geschäfte.


VON ÜBERALL ZUGREIFBAR

Mit der Cloud werden Ihre Daten sicher gespeichert, gesichert und für Sie übers Internet zugänglich gemacht.

WENIGER IT KOSTEN

Sie müssen keine eigenen Server mit Lizenzen kaufen und komplexe Systeme unterhalten.





«Jetzt geht es um die heiße Kartoffel. Jedes Geschäft funktioniert im Detail anders. Das muss auch so sein, denn wie verschieden die Menschen sind, so unterschiedlich sind die Geschäftsstrategien, die sie entwickeln und umsetzen.»

6

INDIVIDUELLE PROZESSINTEGRATION

Früher hat man eine Business Software an eine konkrete Firma angepasst, soweit es die Software zuließ, aber mehr ging nicht.

Wenn eine Firma einen Geschäftsprozess anders machen wollte, so hatte sie ein Problem und es wurde sehr sehr teuer.

Heute gibt es erste für KMU erschwingliche Software, die man zu günstigen Kosten mit eigenen Modulen individuell erweitern kann. Erst hiermit kann man so geschäften, wie man selber will.

INDIVIDUELLE PROZESSINTEGRATION

EIGENE MODULE

Erst jetzt sind einer zentralen Datenhaltung keine Grenzen mehr gesetzt und erst damit sind ganzheitliche Auswertungen und Reports machbar.

WEITERENTWICKLUNG

Der wertvolle Effekt ist, dass Ihr Geschäft sich rollend weiterentwickeln kann. Leitung und Mitarbeiter werden ermuntert Ideen einzubringen und diese können jetzt auch einfach umgesetzt werden. Die Kompetenzen der Mitarbeiter entwickeln sich und sie fühlen sich ernst genommen. Sie und ihr Know-How bleiben qualitätssteigernd länger in der Firma.



«Es dauerte früher 5 Tage, um einen neuen Laden zu bestücken. Jetzt mit unserem neuen POS dauert es drei oder vier. 20 - 40% der Zeit zu sparen ist eine massive Verbesserung.»



AUTOMATISIERTE INVENTUR

Lagermanagement ist wohl der wichtigste Aspekt des Einzelhandels-
erfolges, einerseits wegen der erforderlichen Zeit und
Ressourcen und andererseits wegen der finanziellen Wichtigkeit,
überschüssiges Lager zu vermeiden.

Die heutigen digitalen und mobilen Inventur Management Tools sparen Zeit und bringen mehr Exaktheit
bei Lagerbeständen.



AUTOMATISIERTE INVENTUR

LAGERBESTÄNDE

Geben Sie neue Lagerbestände schneller als zuvor ein, indem Sie Kalkulationstabellen oder Lieferantenkataloge importieren, einschliesslich Preisen und Beschreibungen.

MINDESTBESTÄNDE

Neuer Lieferantenbestellungen sollen auf Basis von Mindestbeständen automatisiert werden können. Ein guter POS wird Sie benachrichtigen, wenn Sie einen Mindestbestand erreicht haben.

MEHRERE GESCHÄFTE

Organisieren Sie Lieferungen an mehrere Geschäfte oder nutzen Sie ein einziges Zentrallager. Seien Sie sicher, dass Ihr ausgewähltes System mitwachsen und Ihnen helfen kann. Produktvarianten machen es einfacher, Produkte mit mehreren Grössen, Farben und anderen Variablen zu organisieren.





«Mit unserem POS sind wir in der Lage, unsere Lager aktuell zu halten und Lagerverschiebungen perfekt zu managen. Darüber hinaus machen die Reporting-Funktionen die Umlagerungs- und Verkaufsanalysen schnell, präzise und einfach.»

8

BUSINESS EINBLICKE

Alle modernen Einzelhandels-Tools bieten ein gewisses Mass an Berichterstattung und das in der Regel auf Echtzeit-Informationen.

Sie können damit einen tiefen Einblick in Ihr sich entwickelndes Geschäft erhalten. Somit können Sie mehr Zeit dort investieren wo es sich lohnt und weniger dort, wo es sich nicht lohnt.


STATISTIKEN

Wenn Sie Ihre Top-, Flop- und Durchschnittsverkäufe nach Marke, Tag oder Marge kennen und Ihren Profit jederzeit klar sehen können, so machen Sie die besten Entscheidungen bei Einkauf, Lager und Preisgestaltung. Sie können so auch zeitlich begrenzte Aktionen risikofrei anbieten.

MITARBEITER PRODUKTIVITÄT

Durch die Messung der Verkaufsleistung Ihrer Mitarbeiter können Sie sehen, wer am meisten pro Stunde oder nach Kategorie verkauft. Dann können Sie die Mitarbeiter optimal einteilen.



A hand in a white sleeve points at a tablet displaying a data table. The background is a blurred office setting with a desk and another tablet.

*«Eine grossartige Point-of-Sale-Lösung bietet viel mehr als einfache Transaktionen.
Heute ist ein POS die Drehscheibe eines modernen Ladengeschäfts.
Es speist wichtige Kundendaten, deren Einkäufe, Kreditkartenzahlungen und
Loyalitätsprogramme in die zentrale Datenbank.»*

9

SYSTEME, DIE ZUSAMMENARBEITEN

Die zentrale Business Software ist wiederum die Drehscheibe Ihrer Firma. Eine robuste Lösung bietet nicht nur gute Inventar-Tools.

Sie soll gut mit spezialisierten Anwendungen zusammenarbeiten, so dass Sie Ihr einzigartiges Geschäft anpassen können. Fragen Sie Ihren Software Anbieter bei jeder Technologie, die Sie kaufen, über offene API und Entwicklungsmöglichkeiten sowie das Partner-Ökosystem.

SYSTEME, DIE ZUSAMMENARBEITEN

ADMINISTRATION

In der Administration werden Einkauf, Lager, Projekte, Mitarbeiter und weitere Betriebliche Arbeiten orchestriert.

BUCHHALTUNG

Die Buchhaltung erfolgt schnell und effizient, wenn Ihr POS mit Ihrer Buchhaltungssoftware integriert ist.

ONLINE-SHOP

Der Online-Shop fügt sich nahtlos in die Business Software ein und stellt wichtige Infos den Kunden in einem Portal bereit.

MARKETING

Schnell personalisieren Sie das Marketing, indem Sie Kundenprofile in Ihrem POS identifizieren und diese mit Ihren Loyalitätsprogrammen und E-Mail Software verknüpfen.



«Das Starten eines Ladens ist nicht einfach. Die Möglichkeiten neuer Technologien scheinen überwältigend, aber seien Sie unbesorgt. Sie müssen nicht alles auf einmal machen. Setzen Sie einfach von Anfang an auf ein System, das mit Ihrer Firma wachsen kann.»



EINFACH STARTEN

Nutzen Sie jene Funktionen, die zu Ihrem Business-Plan passen. Starten Sie zum Beispiel mit einem grundlegenden Inventar in Ihrem Geschäft und wachsen Sie dann stetig in Richtung digitales Marketing und Online-Verkauf. Erweitern Sie Ihr Inventar und fügen Sie neue Läden hinzu, sobald Sie erfolgreich sind.

CHANCEN PACKEN

Schauen Sie laufend Ihre Firmendaten an und nutzen Sie Chancen, wenn sie sich bieten.

KEEP IT SIMPLE, STUPID

Halten Sie Ihren Technologie Overhead niedrig durch eine Partnerschaft mit einem Cloud-basierten Lösungsanbieter, der Ihre Daten für Sie sicher hostet und bereit hält.

CLEVER WACHSEN

Wenn Sie eine neue Geschäftsidee umsetzen möchten, halten Sie diese Einzelhandels-Innovationen im Auge. Sie können sich auf den Erfolg Ihres Unternehmens konzentrieren und wertvolle Zeit sparen.



Power Solutions, Murbacherstrasse 35, CH – 6003 Luzern, +41 41 211 12 22
www.powersolutions.ch