

Tablets erobern den Point of Sale

Mit Dynamics AX und der Modern POS von Microsoft



Ein Blick in die Büros und Konferenzräume der Einzelhandelskonzernzentralen zeigt, dass Tablet-PCs heutzutage nicht mehr wegzudenken sind – als treue Begleiter des Managements bieten sie ständigen Zugriff auf E-Mails, Kalender und wichtige Dokumente und Kennziffern. Doch auch auf der Verkaufsfläche und in den Stores, in den Händen der Verkäufer und Kundenberater, bieten sie zahlreiche und vielfältige Einsatzmöglichkeiten.

Tablets im Handel – das ist keine Vision der nächsten 5 bis 10 Jahre. Die Zahl der Unternehmen, die den Einsatz von Tablets bereits heute testen steigt stetig. Beispiele aus dem deutschen Bekleidungseinzelhandel umfassen neben Kaufhof und Sportscheck auch S.Oliver und Hugo Boss, sowie eine Reihe anderer Unternehmen. In den Vereinigten Staaten und in Großbritannien ist bereits ein regelrechter Hype zu beobachten: Marks & Spencer, Selfridges, John Lewis, Saks, Belk und andere namhafte Labels experimentieren schon seit längerer Zeit mit Tablets auf der Verkaufsfläche oder

befinden sich bereits im Roll-Out.

Unter dem Begriff "Mobile-POS" versteht man die Übertragung der Aufgaben von stationären Point of Sale Systemen, beispielsweise Kassen, Filialwarenwirtschaftssystemen oder Kundenbestellsystemen, auf mobile Endgeräte wie Tablets oder Smartphones. Die Geräte übernehmen dann unter anderem die Abwicklung von Kundentransaktionen, allen voran der Bezahlvorgang.

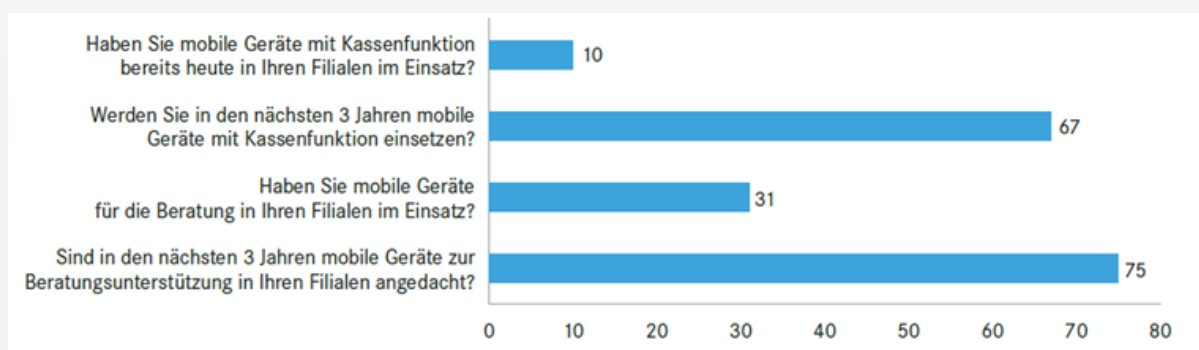
Weiterhin ist auch die Abbildung von Reklamations- und Retourenprozessen, Kundenbestellungen und MDE-Funktionalitäten im Tablet umsetzbar.

Die Tablets können zu Stoßzeiten als mobile Kassen eingesetzt werden, um die Wartezeiten für den Kunden zu reduzieren und somit zu mehr Kundenzufriedenheit zu führen. In den USA spricht man bei diesen Szenarien auch von „line busting“. Der entscheidende Vorteil für die Stores: Anders als bei der Erweiterung der Kassenzonen um zusätzliche Kassen geht bei der Nutzung von Tablets als Kasse keine wertvolle Verkaufsfläche verloren.

Aber nicht nur der reine Bezahlvorgang auf der Fläche verschafft Vorteile. Gerade der barrierefreie Übergang zwischen dem Bezahlvorgang und der zuvor erfolgten Beratung des Kunden stellt einen großen Nutzen dar. Gerade im Bereich der Beratung schaffen Tablets völlig neue Möglichkeiten. So haben Verkäufer Zugriff auf die Kaufhistorie des Kunden und können Kunden gezielter beraten oder ihnen Empfehlungen für passende Accessoires zu den bereits erworbenen Artikeln geben. Gerade in Sortimenten die den Lifestyle der Kunden ansprechen, können deutliche Cross- und Upselling-Potenziale realisiert werden. Der Verkaufsprozess wird in Summe persönlicher und durch den Bezahlvorgang auf der Fläche auch schneller.

Ein genauer Blick auf das Thema zeigt aber auch, dass es eine große Anzahl weiterer Einsatzmöglichkeiten gibt.

Einsatz mobiler Geräte am POS





„SAVE THE SALE“

Ein Blick auf den Einzelhandel im Fashion- und Lifestylebereich zeigt, dass es bei der sehr großen Breite und Tiefe des Sortiments, verbunden mit saisonalen und modischen Einflüssen eine riesige Herausforderung ist, die Kundennachfrage zu prognostizieren. Häufig führt dies entweder zu Fehlmengen oder zu Überbeständen bei einzelnen Artikeln. Überbestände führen zu hohen Abschreibungen, Fehlmengen wiederum führen zu verpassten Umsatzmöglichkeiten, sogenannten „Lost Sales“.

Um dies zu vermeiden, muss der Verkäufer bereits im Beratungsgespräch auf Bestände anderer Filialen, dem La-

dem Online-Shop direkt zugreifen können. Auch hier stellen Tablets eine komfortable Möglichkeit dar. Der Verkäufer kann jederzeit auf die Bestände des Warenwirtschaftssystems zugreifen und für seinen Kunden eine Bestellung platzieren („Save the Sale“). Um es für den Kunden so bequem wie möglich zu machen bzw. um seine persönlichen Präferenzen zu bedienen, kann die Ware in die Filiale zur Abholung bestellt werden, sie kann in einer anderen Filiale für den Kunden zur Anprobe und Abholung reserviert werden oder sie kann ihm direkt nach Hause geschickt werden. Idealerweise mit der Möglichkeit „same-day-delivery“ oder „next-day-delivery“.

Aktuelle Studien bezüglich der An-

forderungen des Einzelhandels zeigen, dass durchaus Handlungsbedarf im Kassenprozess besteht. Dabei spielen mobile Devices und auch die bargeldlose Zahlung eine entscheidende Rolle.

Quelle: EHI



CLIENTELING - INDIVIDUELLE ANSPRACHE PASSEND ZU DEN BEDÜRFNISSEN DES KUNDEN.

Clienteling-Ansätze sind nicht neu. Individuelle Kommunikation soll die Kundenbindung steigern. Das Besondere des Clientelings ist die direkte, persönliche Kommunikation vor Ort zwischen dem Kunden und dem Verkäufer.

Tablet-PCs helfen dem Verkäufer auch bei dieser Aufgabe und verschaffen ihm einen 360-Grad-Blick auf seinen Kunden. Neben seiner Kaufhistorie und seinem Kundenprofil werden Notizen des Verkäufers, Posts des Kunden auf den verschiedenen Social Media Kanälen u.v.a.m. angezeigt. Der Kunde ist transparent, der Verkäufer kann sich hervorragend auf ihn einstellen und damit seine Beratungsqualität signifikant steigern. Außerdem kann er auch zu späteren Zeitpunkten spannenden Informationen direkt mit seinem Kunden in Kontakt treten. Dabei stehen dem Verkäufer sämtliche Kommunikationskanäle wie SMS, eMail oder der Telefonanruf zur Verfügung. Und im Wettbewerb mit reinen Online-Anbietern stellt Clienteling einen strategischen Wettbewerbsvorteil gegenüber dem Onlinehandel dar.

FAZIT

Tablets nur für die Präsentation des Online-Shops auf der Fläche zu nutzen wäre eine verpasste Chance zur Differenzierung. Der großer Nutzen liegt in innovativeren Einsatzgebieten. Kunden können kompetent und umfangreich beraten werden, um zum Verkaufsabschluss zu gelangen und darüber hinaus weitere Zusatzkäufe zu generieren.

Für die Umsetzung dieser und vieler weiterer Szenarien stehen mit Microsoft Dynamics AX und Microsoft Modern POS mächtige, hochintegrierte Lösungen zur Verfügung.

Microsoft Dynamics AX führt Daten und Informationen aus sämtlichen Bereichen Ihres Unternehmens zusammen, sodass Sie dynamisch agieren, die Effizienz steigern und Kosten senken können. Die Microsoft Dynamics Branchenlösung für den Groß- und Einzelhandel bietet Ihren Kunden ein individuelles, einheitliches Einkaufserlebnis, um sich von der Konkurrenz abzuheben und zu unterscheiden. Profitieren Sie von vielseitigen Funktionen und Möglichkeiten für moderne Point-of-Sales, Verkauf, Onlineshops, Marketing und Kundendienst bis hin zu Logistik und Finanzen. All diese Bereiche lassen sich individuell auf Ihre Unternehmensanforderungen zuschneiden.

Besonders Effizient wird es, wenn die eingesetzten Lösungen auf modernen Hardware-Lösungen wie z.B. dem „Elite Pad“ von HP zum Einsatz kommen.





WAS SIE VON ALFAPEOPLE ERWARTEN KÖNNEN?

Branchenwissen, Verständnis für Ihre internen Abläufe und langjährige Projekterfahrung. Für uns sind nicht nur die Technologien und Lösungen wichtig, sondern auch die Menschen. Unsere Mitarbeiter arbeiten mit unseren Kunden und deren Mitarbeitern so zusammen, dass die Kundenherausforderungen stets der treibende Faktor sind. Wir sehen uns Ihre Prozesse genau an, bevor wir flexible Softwarelösungen mit Funktionen für Enterprise Resource Planning (ERP) und Customer Relationship Management (CRM) für Sie entwickeln.

Als Partner des Einzelhandels wissen wir, worauf es ankommt, und übertragen bewährte Geschäftspraktiken für Sie in die Technologie der Zukunft. Modeherstellern geben wir die Möglichkeit, die gesamte Lieferkette zu überwachen und die Rentabilität jedes Schrittes unter Kontrolle zu haben. Dabei ist die Software individuell auf Ihre konkreten Anforderungen zugeschnitten.

Vertrauen auch Sie einem der größten Microsoft Dynamics Gold-Partner der Welt mit mehr als 450 Mitarbeitern

in 15 Ländern. All unsere Lösungen basieren auf Microsoft Technologien. Microsoft Dynamics AX. Microsoft Dynamics CRM. Power BI. SharePoint.

HABEN SIE FRAGEN?

AlfaPeople

Elsbach Haus, Goebenstraße 3-7
32052 Herford

Germany

Phone: +49 5221 28440-0

Fax +49 5221 28440-44

info.de@alfapeople.com