

Insider-Tipps für den Online-Handel 2016: Jetzt die Weichen auf Erfolg stellen!

Heute wissen, was morgen wichtig ist: Für den Erfolg im eCommerce ist das Pflicht. Branchen-Experte Speed4Trade zeigt auf, welche Schrauben im nächsten Jahr für erfolgreichen Online-Handel verantwortlich sind und wie Sie an diesen drehen.



Altenstadt, 17.02.2016: Wer im dynamischen Markt des eCommerce das Rennen machen möchte, der muss heute wissen, was morgen passiert. eCommerce-Spezialist Speed4Trade gibt einen Überblick über die wichtigsten Herausforderungen 2016 und deren Chancen für Online-Händler. Was sich anhört, wie ein Blick in die Glaskugel, ist die Verbindung aus jahrzehntelanger Erfahrung und tiefstem Marktwissen.

Omni-Channel – Alle Kanäle – alle Chancen!

Die Vernetzung von Online, Offline und Mobile im Handel ist längst nicht mehr nur Kür, sondern Pflicht. Nach Multi- und Cross- ist nun Omni-Channel das Stichwort der Stunde. Omni-Channel, das heißt, parallel informieren und einkaufen auf allen Kanälen. Also im Onlineshop bestellen, im stationären Handel abholen und die Produktinfos am Handy recherchieren. Für Kunden bedeutet das mehr Flexibilität, Vereinfachung und Erlebnis beim Einkaufen. Perfekte Shopping-Experience – in der Sprache der Branche.

„Der Kunde möchte heute das Beste aus allen Shopping-Welten kombinieren. Für Unternehmen heißt das, sie brauchen durchgängige Integrationsstrategien über alle Kanäle – online, mobile, stationär. Das gilt sowohl für die technische Anbindung als auch die inhaltliche Verknüpfung“, erklärt Wolfgang Vogl, Director Business

Pressekontakt

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100

Frau Anja Melchior
Head of PR / Kommunikation
presse@speed4trade.com

Development der Speed4Trade GmbH, worauf es beim Omni-Channel ankommt. Mit einem Wort: Omni-Channel-Handel ist ein wesentlicher Erfolgsbaustein und nur mit der richtigen Branchenlösung umsetzbar.

Mobile – der Klebstoff des Omni-Channel

Smartphone und Tablet sind das Bindeglied zwischen Offline- und Onlinewelt und oft der schnellste Weg zur Information. Ob zum Abrufen von Produktinfos im Store, dem Einlösen von Gutscheinen oder zur Recherche auf dem Sofa – Die mobilen Endgeräte verändern das Kundenverhalten enorm. Richtig eingesetzt, verbinden mobile Lösungen die verschiedenen Kanäle für den Kunden und machen aus einem diffusen Informationsstrudel ein durchgängiges Einkaufserlebnis.

Gerade deshalb reicht es längst nicht mehr aus, einfach nur ein Responsive-Design zu haben, das sich den unterschiedlichen Bildschirmen anpasst. Gefragt sind Mobile-Strategien mit Service und Mehrwert, wie z.B. bequeme Methoden bei den mobilen Zahlungsprozessen. Ab sofort und insbesondere für 2016 gilt die Devise: "Mobile First".

Integration – verbinden, was zusammengehört

Die sich stetig verändernden Anforderungen des eCommerce sind immer auch eine Chance – wenn entsprechende Schnittstellen entwickelt und genutzt werden. Die Bereiche Online, Offline, Mobile sowie verschiedene Marktplätze wollen schließlich – und das möglichst in Echtzeit – verbunden und synchronisiert werden.

Daten über Lagerbestände zum Beispiel müssen so nicht aufwendig in fünf Systeme eingepflegt werden, sondern sind zentral in einem System gespeichert. Dafür braucht es agile, serviceorientierte Shop-Systeme sowie leistungsstarke und individualisierbare Vermittler zwischen den Kanälen. Beispielsweise emMida von Speed4Trade. Die Integrationsplattform managed den Datenaustausch zwischen den Kanälen unkompliziert und effizient.

Personalisierung und Business Intelligence: heute wissen, was der Kunde morgen kauft!

Beim Bäcker um die Ecke bekomme ich es: das persönliche Einkaufserlebnis. Er kennt meine individuellen Vorlieben und Abneigungen, kurz gesagt: den persönlichen Geschmack. Was beim Bäcker um die Ecke längst selbstverständlich ist, wird auch im Online-Handel zunehmend wichtiger. Denn bei immer mehr uniformen Produkten, kaum wahrnehmbaren Preisunterschieden und gleichen Serviceangeboten wird die Personalisierung zum entscheidenden Kundenbindungskriterium.

Pressekontakt

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100

Frau Anja Melchior
Head of PR / Kommunikation
presse@speed4trade.com

Dabei geht es darum, heute schon zu wissen, was der Kunde morgen will. Dies gelingt aber nur, wenn der Händler die Daten seiner Kunden zu nutzen versteht. Dafür braucht es Business Intelligence-Systeme, die die Flut an Daten analysieren und auswerten. Wer Zahlen und Auswertungen richtig liest, der ist gegenüber seinen Konkurrenten ganz klar im Vorteil. Denn am Ende geht es darum, den Kunden das richtige Angebot zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu präsentieren.

Konsolidierung – Der eCommerce-Kuchen wird neu verteilt

Der Markt des Online-Handels war lange eine der schnellst wachsenden Branchen überhaupt. Und der Kuchen wächst weiter: Handelsverbände prognostizieren ein weiteres Wachstum der Online-Umsätze bis mindestens 2020. Doch die absoluten Zahlen täuschen. Denn der Kuchen wird unter immer weniger Marktteilnehmern verteilt.

Gewinner dieser Entwicklung sind vor allem die Riesen wie Amazon, Zalando, Otto und Co. Marktplätze wie eBay bieten zusätzlich ein Einfallstor für ausländische Anbieter. Und auch die großen Plattformen wie Facebook, Google, Pinterest, YouTube oder Twitter wollen ein Stück vom eCommerce Kuchen abhaben.

Die Verschiebung der Marktverhältnisse zeigt vor allem eines: Schnell mal einen Onlineshop zu starten, hat deshalb keine Zukunft mehr auf dem Markt. Heute geht es darum, auf intelligente, kundenorientierte und effiziente Strategien zu setzen und unkompliziert auf den großen Plattformen präsent und erfolgreich zu sein. Am besten von Beginn an mit der richtigen Software und dem richtigen Partner.

Fazit: Die Karten werden neu gemischt

Hier die schlechte Nachricht: Das Kaufverhalten der Kunden ändert sich und damit auch die Spielregeln im eCommerce. Heute und morgen sind ganzheitliche Strategien entscheidend – Strategien, die Offline, Online und Mobile umfassen und miteinander vernetzen. Denn das Einkaufen der Zukunft findet überall und jederzeit statt. Ziel für Händler muss es deshalb sein, Kunden die passenden Angebote zum richtigen Zeitpunkt über den richtigen Kanal anzubieten – und das alles gleichzeitig.

Und jetzt die gute Nachricht: Diese Herausforderungen sind auch eine Chance. Für alle, die sich jetzt schon fit machen für die Zukunft. Denn der Kuchen wird größer, aber nur für diejenigen erreichbar, die jetzt auf die richtigen Lösungen und professionellen Partner setzen.

Pressekontakt

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100

Frau Anja Melchior
Head of PR / Kommunikation
presse@speed4trade.com

Über Speed4Trade

Speed4Trade ist Partner für mittlere und große Unternehmen, die im eCommerce noch erfolgreicher sein wollen. Das bewährte eCommerce System emMida koppelt dafür das Warenwirtschaftssystem direkt an reichweitenstarke Handelsplattformen. Mit nur einem zentralen System sparen Unternehmen Ressourcen, Zeit und können auf den wichtigsten Marktplätzen ebenso aktiv verkaufen wie im eigenen Shop. Dadurch können Unternehmen mehr ihrer hochwertigen Produkte im Internet verkaufen, und zwar gezielt und zum besten Preis. Denn mit einem funktionierenden Omni-Channel Ecosystem holen Speed4Trade-Händler ihre Kunden dort ab, wo diese gerade sind: gleichzeitig auf allen Kanälen.

Mit über 85 Mitarbeitern und Standort in Deutschland arbeitet Speed4Trade weltweit für renommierte Unternehmen und Konzerne aus Handel und Industrie. Das Softwarehaus engagiert sich im BITKOM und ist Preferred Business Partner des Bundesverbands E-Commerce und Versandhandel (bevh) – ausgezeichnet mit dem Innovationspreis 2014.

www.speed4trade.com

Pressekontakt

Speed4Trade GmbH
An den Gärten 8 - 10
D-92665 Altenstadt

Tel. +49 (0) 96 02 / 94 44 - 0
Fax: +49 (0) 96 02 / 94 44 - 100

Frau Anja Melchior
Head of PR / Kommunikation
presse@speed4trade.com