



Eine aktuelle IBM-Studie zu Konsumentenansforderungen von 2016 basiert auf Befragungen von 1.500 Konsumenten in den USA. Diese waren zwischen 13 und 60 Jahre alt und es galt herauszufinden, was heutige Einkäufer als besonders wichtig empfinden, wenn sie einkaufen gehen. Die Ergebnisse wurden mit einer ähnlichen Studie aus dem Jahr 2011 verglichen.

Enttäuschung, wenn die Erwartungen nicht erfüllt werden

Konsumenten möchten vor dem Einkauf im Geschäft prüfen, ob ein Artikel im Geschäft vorrätig ist. 81 % der Befragten finden das so wichtig, dass sie sogar in ein anderes Geschäft gehen, wenn die Funktionalität vorhanden ist.

Aber die Kunden möchten noch mehr: 78 % finden es sehr wichtig, dass der Händler

folgende Informationen bereitstellt: "Limitierter Bestand", "Anruf im Geschäft, um die Verfügbarkeit zu garantieren", "Verfügbarkeit ab ...".

Dazu erwarten 81 % der Käufer von den Verkäufern im Geschäft, dass diese in der Lage sind "schnell und effizient" ein out-of-stock Artikel in einem Geschäft zu identifizieren und diesen zu besorgen.

Der „Netflix-Effekt“

Man startet einen Film im Fernsehen und wird unterbrochen. Wer kennt das nicht. Dann möchte man später auf seinem Tablet eine App öffnen und den Film weitersehen und zwar von dort, wo man unterbrochen wurde. So etwas ähnliches wünschen sich Kunden auch beim Einkaufen.

Käufer wollen eine Bestellung in einem Kanal starten und in einen anderen Kanal wechseln und die Bestellung dort abschließen. 59% finden das wichtig - demgegenüber waren es 2011 nur 34 % der Käufer.

Darüber hinaus möchten 64% auch, dass ein Mitarbeiter im Geschäft in der Lage ist, auf einen Online-Warenkorb zuzugreifen und die Bestellung zu ändern oder abzuschließen. Dies gilt insbesondere für jüngere Käufergruppen.

Der „Amazon-Effekt“

72% der Käufer möchten eine Lieferzeit von höchstens zwei Tagen bei einem Online-Einkauf. Aber auch die Zustellung am nächsten Tag wird mit 61% noch hoch bewertet. Für viele Käufer ist aber auch die Zustellung am selben Tag wichtig (51%) und beeinflusst ihren Online Einkaufsort. Amazon lässt grüßen!

Gute Nachrichten für den stationären Handel

Viel mehr Kunden als in 2011 möchten ihre Käufe im Geschäft abholen bzw. Retouren der Online-Käufe dort wieder abgeben (Click & Collect). 74% der Käufer finden das wichtig - auch wenn die Retoure mittlerweile auch kostenfrei ist. Denn die Kunden möchten dann

zusätzliche Käufe im Geschäft durchführen. Also: Der stationäre Handel ist nicht tot.

Insgesamt sieht man, dass die Kundenerwartungen steigen - das sind aber keine unerfüllbaren Wünsche. Die Händler sollten sich darauf einstellen. Bei vielen Händlern wird vieles von dem bereits schon angeboten.