



Mit einem „Nein, haben wir leider nicht mehr in Ihrer Größe“ treiben Fashion Retailer Kunden direkt in die Arme ihrer Konkurrenz. Und das, obwohl der nachgefragte Artikel doch noch vorrätig gewesen wäre...nur leider wusste es keiner. Das Out of Stock Dilemma.

Out of Stock-Fälle in den gängigen Größen sind keine Seltenheit im Modeeinzelhandel. Dabei ist dieser Umsatzkiller einfach zu vermeiden. In-Store Systeme unterstützen Store Manager über einen Frühwarnmechanismus, wenn gängige Größen oder die aktuelle Kollektionsware eine kritische Mindestmenge unterschreiten. Der Nachschub auf die Fläche wird automatisch ausgelöst - noch bevor die Regallücke entsteht.

Fehlender Überblick

Fragen Sie mal eine Verkäuferin, ob die Hose, die Sie in Ihrer Größe suchen, noch vorrätig ist. Ist sie wenig motiviert, bekommen Sie, mit einem Blick auf den Kleiderständer ein „Nur, was da noch hängt.“ zu hören. Motiviertes Verkaufspersonal läuft auch schon mal ins Lager (und lässt sie wartend zurück), sucht bemüht im „System“ oder befragt eine Kollegin...nach einem transparenten Überblick über alle Artikel auf der Fläche, im Back-Store, in anderen Filialen oder im Online-Ordering-System sieht das nicht aus.

Artikelbestandsdaten in Echtzeit

Den Kunden im Store zu halten, ist eigentlich ganz einfach. Meist hat er nur zwei Fragen: „Haben Sie diesen Artikel und wenn ja, wo kann ich ihn finden?“ Verkaufspersonal, das mit heutigen technischen, mobilen Hilfen in Form von Tablet-PC oder Smartphone ausgestattet ist, kann dem Kunden sofort eine verlässliche Auskunft geben.

Das setzt natürlich voraus, dass die Artikelbestandsdaten nicht veraltet sind, sondern in Echtzeit die korrekte Information über die Warenverfügbarkeit auf Einzelteilebene und ihren Ort geben.

Ohne Echtzeitdaten kein Omni Channel

Den Kunden im übertragenen Sinne und langfristig „zu halten“, wird im Omni Channel-Retail noch um einiges anstrengender, denn neben einem positiven Shopping-Erlebnis durch alle Kanäle, erwartet der Kunde neue, aber reibungslos funktionierende Services, wie Click & Collect, Return-to-store, Artikelverfügbarkeitsanzeigen im Online-Shop für alle Filialen und ein schnelles Ship-from-store.

All diese Leistungen können zur Kundenzufriedenheit nur dann erbracht werden, wenn der Händler durch eine Echtzeit-Transparenz jederzeit weiß, wo seine Artikel sind. Ein Blindflug durch die Bestände bindet keine Kunden.

Über den Autor



Detego CEO Uwe Hennig ist Experte für Omnichannel-Business im Mode-handel.

„Der Handel muss die richtige Basis legen, um den Omni-Shopper von heute überhaupt an sich zu binden.“