



Die Shopper Journey ist deutlich digitaler geworden. Wie kann eine digitale Lösung wie z. B. die PAYBACK App analog und digital miteinander verknüpfen? André Pallinger zeigt auf, welche Möglichkeiten der Händler von Heute bereits hat.

Die Digitalisierung des POS als Voraussetzung für langfristigen Erfolg

Gestern war ich wieder mal in der Einkaufsstraße meiner Heimatstadt Tönisvorst am Niederrhein unterwegs. Das ist der Ort, in dem 2013 einige Händler einen Tag lang ihre Schaufenster mit schwarzen Folien verhängten um zu zeigen, wie die Innenstadt aussehen wird, wenn immer mehr online eingekauft wird. Es überrascht nicht, dass die Kunden wenig beeindruckt davon waren, und so fallen fünf Jahre später auch in der Tönisvorster Fußgängerzone - wie in fast allen deutschen Städten - immer mehr große Ladenketten auf. Ortsansässige Händler weichen mehr und mehr zurück und finden Online nicht statt. Dort

vergrößern Handelsplattformen aus den USA und zunehmend auch aus Asien ihren Einfluss.

Wir sind permanent online und über unsere Smartphones mobil mit dem Rest der Welt verbunden. Diese Rahmenbedingungen zeigen eines: Der Einzelhandel befindet sich in einer entscheidenden Umbruchphase. Er muss jetzt seine Zukunft aktiv mitgestalten und mitbestimmen. Denn er kann nur bestehen, wenn er sich auf die Bedürfnisse seiner Kunden einstellt.

Digitalisierung ist in dieser Hinsicht ein fundamentaler Baustein für langfristigen Erfolg. Sie greift in alle unsere Lebensbereiche ein. Für den Handel ist es höchste Zeit, die richtigen Schlüsse daraus zu ziehen, sich daraus ergebende Chancen zu identifizieren und zu nutzen. Er läuft seinen Kunden bei der Digitalisierung im übertragenen Sinne noch viel zu oft hinterher. Dabei müsste der Handel endlich zum Treiber der Mobilisierung werden!

Persönlichkeit und Nähe zum Kunden in neuer Dimension

Die meisten von uns bevorzugen nach wie vor das persönliche Einkaufserlebnis. Was früher eine Selbstverständlichkeit war, ist heute vielerorts in den Hintergrund gerückt. Viel zu selten legen Ladeninhaber bewusst Wert auf Atmosphäre oder das Wissen um die Vorlieben ihrer Kunden. Aber genau hier können sie im Vergleich zum digitalen Wettbewerber punkten. Sie müssen diesen Vorteil des stationären Einzelhandels in den Fokus rücken. Zudem kann der Laden vor Ort heute dank Smartphone in vielerlei Hinsicht digitaler sein als der Onlineshop. Hierzu zählt es insbesondere, digitale Berührungspunkte aktiv zu nutzen, um Kunden gezielt mit relevanten Angeboten in die Läden einzuladen und positiv wahrgenommene Nähe zu erzeugen. Die Ansprache am Point of Sale muss wieder persönlicher werden. Was Tante Emma früher konnte, kann der Handel mit digitaler Hilfe heute noch besser und der Eins-zu-Eins-Kontakt mit den Kunden ist auch im Massengeschäft wieder möglich. Das schafft zur richtigen Zeit am richtigen Ort mit relevanten Angeboten die nötige Aufmerksamkeit. Einzelhändler rücken auf diese Weise wieder näher an ihre Kunden heran.

Mobile revolutioniert den Point of Sale

Wie das konkret aussehen kann, erfahre ich keine zwei Kilometer weiter am Stadtrand von Tönisvorst beim wöchentlichen



Einkauf im örtlichen Fachmarktzentrum mit Outlets von dm-drogerie markt, Real, einem Dänischen Bettenlager und Fressnapf. Schon auf dem Parkplatz erkennt meine PAYBACK App, wo ich mich befinde und lädt mich dazu ein, bei einem der Händler online einzuchecken. Der Check in führt dazu, dass personalisierte Angebote des Händlers auf meinem Smartphone erscheinen, ich mich zu Services und aktuellen Aktionen informieren kann und auch meine Coupons sind übersichtlich gefiltert. Die digitale Shoppinglist stellt sicher, dass ich beim Einkaufen auch nichts vergesse. Die App zeigt mir an, ob im Markt nicht vorhandene Ware online verfügbar ist und mit einem Klick beauftrage ich den Händler, mir diese Produkte nach Hause liefern zu lassen oder vor Ort zur Abholung bereit zu stellen. Natürlich bezahle ich auch per PAYBACK App und lasse mir den Kassenbon per Email digital zusenden. Die Revolution ist schon da.

Ob wir den Kiosk an der Ecke betrachten, den Supermarkt oder die schicke Boutique in bester Lage: Das Smartphone verändert den Handel nachhaltig. Es ermöglicht als persönlicher Shopping-Assistent eine neue Dimension der personalisierten

Kundenansprache. Händler müssen diese Chance wahrnehmen. Sie können ihre Kunden auf der gesamten Customer Journey bis hin zum abschließenden Mobile Payment begleiten und das Nutzererlebnis komplettieren. Deshalb haben wir für unsere Partner mit der PAYBACK App ein Tool geschaffen, das gezielt auf eine Kombination verschiedener Services setzt und diese Entwicklung aufgreift.

Der Händler in der Tasche wird zum digitalen Alltagsbegleiter

Wir verknüpfen alle Handelswelten - offline, online und mobil. Über die PAYBACK App erhält der Nutzer in einem personalisierten Feed relevante Angebote zur richtigen Zeit und am richtigen Ort. Am Samstagvormittag zu Hause auf der Couch zeigt der Feed andere personalisierte Angebote und Coupons als unterwegs oder direkt im Laden. Zusätzlich kann der Nutzer über Geofence oder Beacons aktuelle Angebote per Push Notification direkt in den Filialen erhalten. Die PAYBACK App erkennt, wann der Kunde in der Nähe eines Partners ist und spielt passende Angebote gezielt aus. Dieser Eins-zu-eins-Kontakt ist es, der zum relevanten Zeitpunkt den Unterschied ausmacht und Aufmerksamkeit für Angebote sowie Services schafft. Wissen worauf der Kunde reagiert, ihn noch besser zu verstehen und damit am Ende einen Schritt voraus zu sein, das ist also bereits heute möglich.

Meine Heimatstadt liegt mir sehr am Herzen und ich wünsche mir wie viele andere eine gesunde und funktionierende Infrastruktur in der Innenstadt. Denn auch wenn ich selbst immer mehr online einkaufe, findet der größte Teil meines Konsums nach wie vor im stationären Handel statt. Und wenn ich nicht erst in die nächste Großstadt fahren muss, sondern vor Ort Händler finde, die mit digitalen Services das Einkaufen effizient und gar zum Erlebnis machen, umso besser!

**Unser Gastautor: André Pallinger**

Mitglied der Geschäftsleitung, Vice President Retail & Industry Cooperations
PAYBACK GmbH.

André Pallinger verantwortet seit 2014 den Bereich Retail und Industry Cooperations bei PAYBACK. In dieser Funktion ist er für den gezielten Vertrieb von Customer Insight-Produkten sowie für den gesamten Bereich Industry Cooperations zuständig.

Zuvor war er über zehn Jahre lang in leitenden Positionen im Metro Konzern tätig - unter anderem verantwortete er das Ressort Customer Relationship Management -, und war Mitbegründer des Customer Centric Retailing Ansatzes bei Real.

Vor seinem Engagement bei der Metro Gruppe war André Pallinger zwölf Jahre lang Offizier in der Bundeswehr. Er studierte Betriebswirtschaft an der Helmut Schmidt Universität der

Bundeswehr in Hamburg.

Bildquelle: Payback, Stocksnap.io