



Das erste komplette Jahr unseres Blogs liegt hinter uns, genau die richtige Zeit also, ein Fazit zu ziehen. Für uns war es eine spannende Zeit, denn wir wussten nicht, ob es überhaupt einen Bedarf für Informationen dieser Art gibt. Wir haben immer ein derartiges Format vermisst und einfach gesagt: Versuch macht klug. Das Feedback, dass wir bekommen, hat unsere Idee bestätigt, vielen Dank dafür!

Zuerst ein paar Zahlen



Wo werden wir eigentlich gelesen? Ein Blick auf die Weltkarte zeigt, dass Dank der englischen Übersetzung unserer Beiträge das Publikum international ist. Jeder Kontinent außer der Antarktis ist vertreten, aber das werden wir mit einem Report über die Shopping Erlebnisse im ewigen Eis auch noch

hinbekommen.

Insgesamt haben unsere Leser 83.777 min Zeit auf unserem Portal verbracht, das sind 1.396 Stunden oder 58 Tage. Spitzenreiter ist der deutschsprachige Raum mit 82,8%, der Zugriffe, gefolgt vom russischen (Hacker?) mit 7,9% und dem englischen mit 6,1%, der Rest sind die sogenannten „not set“ Zugriffe.

Der Lieblingsbrowser ist Chrome mit 30%, gefolgt von Safari und Firefox mit jeweils 20%. Ebenfalls greifen 20% unserer Leser/Innen mobil auf unsere Beiträge zu, und das mit fast 70% von Apple Geräten aus.

45% sind Leserinnen, der Rest ist folglich männlich. Demografisch gesehen sind 60% unter 35.

Unsere Seminare sind mehr als zufriedenstellend angelaufen, das Format „Digitale Technologien am PoS“ ist regelmäßig ausgebucht.

Aber was uns natürlich interessiert: Mit welchen Themen haben wir den Nerv der Zeit und damit das Interesse der Leser getroffen? Schauen wir auf die Top-Ten Hitliste der meistgeklickten Beiträge:

Platz 1:

Metro, was soll das? Nachdem die Metro im April Emmas Enkel ganz übernommen hat verwundert die Branche, dass dieses Format im September ganz abgewickelt wurde. Heike Scholz hat darauf hin einen analysierenden Kommentar verfasst.

Platz 2:

Praxistest Payback Pay Nachdem Payback endlich die lang erwartete Zahlfunktion integriert hat, wurde ein erster Test fällig. Nach 5 Monaten bekam der Artikel durch ein Review eine Auffrischung.

Platz 3:

Metro schließt die Läden von Emmas Enkel Schon wieder dieses Thema: Nach 3 Monaten

schließt Metro den stationären Teil des Startup-Formats, um dann im September den Stecker ganz zu ziehen.

Platz 4:

Showrooming als Chance für den Multi Channel Handel Damit widmen wir uns einem oft beschriebenen Thema und der Mär vom Beratungsklau.

Platz 5:

Mit allen 5 Sinnen virtuell einkaufen Multisensorische Einkaufserlebnisse mit dem iPhone, das Gerüche überträgt.

Platz 6:

10 todsichere Rezepte für den stationären Handel, um sich hocheffizient selbst überflüssig zu machen! Ein Rezeptheft für garantiertes Scheitern!

Platz 7:

Pop up Stores machen den Handel agil Interview mit Paulina Habben von Go-PopUp über die temporäre Location-Vermittlung

Platz 8:

Umfrage: Junge Deutsche im stationären Handel Mit unserem Partner Appinio haben wir Menschen im Alter von 14-25 Jahren zu ihrem Einkaufsverhalten befragt

Platz 9:

Erlebnis pro Quadratmeter Ein Gastbeitrag von Nicole Srock.Stanley über Shopper Experience

Platz 10:

Augmented und Virtual Reality im Handel Ein interessantes Kochbuch mit Strategie und Umsetzung von Gastautor Stefan Schäfer

Was es sonst noch so gab



Andere Formate beschäftigen sich auch intensiv mit dem Handel. So wurde Heike Scholz von Stern TV eingeladen, als Expertin den Bereich Beratungsklauf näher zu beleuchten.

Auch Amazon hat die Branchen aufgemischt. So wurde Frank Rehme vom Sender RTL als Experte zur Bewertung des neuen Amazon Go Konzeptes zu Rate gezogen.

Interessant und nicht erwartet: Die meisten Zugriffe über soziale Medien kamen über Facebook mit 62%. Gegenüber Twitter (20%), Xing (8%) und Linked In (7%) wird so das Reichweitenpotenzial sichtbar, allerdings ist fraglich, ob man da auch die gewünschte Zielgruppe erreicht.

Was kommt 2017?

Natürlich werden wir weiterhin relevanten Content von unseren Autoren und Gastautoren bereitstellen und möglichst aktuelle Geschehnisse aus Expertensicht bewerten. Ein wichtiger Part wird das Thema Podcast übernehmen: Hier planen wir ein regelmäßiges Format in 14-tägigem Rhythmus zu realisieren.

Zudem wollen wir die Seminare erweitern, eine entsprechende Umfrage über Bedarfe ist ja bereits rumgeschickt worden. Gern könnt ihr aber auch eure Wünsche in das Kommentarfeld unten einfügen, wir sind gespannt!