

# Der moderne Retail- Store

Europas  
Einzelhandel  
erfindet sich  
neu



# Die Transformation des modernen Retail-Stores in Europa

Im heutigen europäischen Einzelhandel hat sich die Rolle des stationären Geschäfts von einer reinen Verkaufsstelle zu einem zentralen Bestandteil der Omnichannel-Strategie entwickelt. Europäische Verbraucher, die für ihre vielfältigen Vorlieben und hohen Ansprüche bekannt sind, erwarten Einzelhandelserlebnisse, die Komfort, Personalisierung und sofortige Verfügbarkeit nahtlos über digitale und physische Kanäle hinweg verbinden. Moderne Geschäfte in Europa sind daher nicht mehr nur Orte des Verkaufs, sondern dynamische, vielseitige Anlaufstellen, an denen digitale und physische Einkaufserlebnisse verschmelzen.

Diese Entwicklung wird von der Notwendigkeit getrieben, den steigenden Erwartungen der Verbraucher in Europa gerecht zu werden. Ganze 70 % der Käufer bevorzugen Einzelhändler, die nahtlose Omnichannel-Erlebnisse bieten<sup>1</sup>. Das moderne Einkaufserlebnis in Europa basiert auf mehreren Schlüsselementen, die harmonisch zusammenwirken, um eine kundenorientierte, nahtlose Umgebung zu schaffen: kompetentes Personal, kanalübergreifender Verkauf, personalisierter Service, optimierte Warenverfügbarkeit und transparente Leistungskennzahlen. Diese Faktoren sorgen dafür, dass der moderne Retail-Store nicht nur ein Verkaufsort ist, sondern ein bedeutender Touchpoint in der Customer Journey, der ein umfassendes Einkaufserlebnis bietet, das Kundentreue und Umsatz steigert.



**70%**

**der Käufer bevorzugen Händler mit nahtlosen Omnichannel-Erlebnissen. Stationäre Geschäfte sind heute mehr als nur Verkaufsstellen – sie sind ein zentraler Bestandteil jeder Omnichannel-Strategie.**



### Die zentrale Rolle kompetenter Mitarbeiter

Die Rolle der Einzelhandelsmitarbeiter hat sich in Europa grundlegend gewandelt. Sie sind nicht länger nur Verkäufer, sondern zentrale Schlüsselfiguren für ein herausragendes Kundenerlebnis. Im modernen europäischen Einzelhandel werden sie als Markenbotschafter, Produktexperten und Serviceprofis betrachtet, die gleichzeitig die Herausforderungen des Omnichannel-Betriebs meistern müssen. Um diesen hohen Erwartungen gerecht zu werden, benötigen sie Zugang zu den richtigen Tools, Technologien und Erkenntnissen.

Mitarbeiter, die mit den passenden Technologien und fundiertem Wissen ausgestattet sind, können ihre Expertise nahtlos mit der verfügbaren Technologie verknüpfen, um maßgeschneiderte, effektive Beratungsgespräche zu führen. Durch den Einsatz einer einheitlichen Lösung, die Kundendaten, Bestandsverwaltung und Verkaufsprozesse miteinander verbindet, sind sie in der Lage, einen Service zu bieten, der über das übliche Maß hinausgeht. So können die Mitarbeiter flexibel zwischen verschiedenen Aufgaben wie der Lagerbestandsprüfung, der Bearbeitung von Rücksendungen, dem Erfassen von Kundenzahlungen oder der Unterstützung bei Online-Bestellungen wechseln, ohne den Überblick zu verlieren oder Daten erneut eingeben zu müssen. Diese Befähigung steigert nicht nur die Zufriedenheit der Kunden, sondern auch die der Mitarbeiter selbst, was zu einer höheren Mitarbeiterbindung und -leistung führt. In Europa, wo 55 % der Einzelhandelsmitarbeiter angeben, dass Technologie ihre Arbeitszufriedenheit erhöht<sup>2</sup>, ist dies von besonderer Bedeutung.

# 55%

der Mitarbeiter im Einzelhandel sagen, dass Technologie ihre Arbeitszufriedenheit steigert.

#### Interaktionen



Kunde **Lisa Müller**  
Betreff **Vereinbarter Termin**  
Erstellt am **23.04.2024 10:55 Uhr**



Kunde **Lisa Müller**  
Filiale **8088-5222**  
Abholung am **22.04.2024 14:23 Uhr**



Kunde **Lisa Müller**  
Vom **Store**  
Gesendet am **22.04.2024 14:22 Uhr**



Kunde **Lisa Müller**  
Filiale **8088-5222**  
Abholung am **22.04.2024 14:16 Uhr**



# Strategien zur Unterstützung der Mitarbeiter

## 1. Vereinheitlichung von Kundenkontakt- und Omnichannel-Funktionen

Im dynamischen europäischen Einzelhandel müssen Mitarbeiter flexibel auf verschiedene Kundenbedürfnisse reagieren. Daher ist es wichtig, alle Kundenkontakt- und Omnichannel-Funktionen auf einer Plattform zu bündeln. So können Mitarbeiter problemlos zwischen Aufgaben wie Bestandsprüfung, Retourenabwicklung oder Unterstützung bei Online-Bestellungen wechseln, ohne den Überblick zu verlieren oder Daten erneut eingeben zu müssen. Eine durchgängige Prozessabwicklung sichert eine konsistente Kommunikation mit den Kunden und gewährleistet erstklassigen Service an jedem Touchpoint.

## 2. Förderung der Mitarbeiterkompetenzen

Heutzutage erwarten europäische Kunden schnellen Service. Damit Mitarbeiter diesem Anspruch gerecht werden können, brauchen sie mobile Tools, mit denen sie überall im Geschäft auf Informationen zugreifen und Bestellungen

abschließen können. Diese mobilen Lösungen mit einer einheitlichen Benutzeroberfläche für alle Geräte steigern die Produktivität, indem sie die Einarbeitung erleichtern und die Aufgaben effizienter machen. Ob Lagerbestandsprüfung, Zahlungsabwicklung oder Kundenberatung – mobile Tools helfen den Mitarbeitern, die Kundenbedürfnisse schnell und effektiv zu erfüllen.

## 3. Vereinfachter Zugriff auf Informationen

Um personalisierte Einkaufserlebnisse zu schaffen, benötigen Mitarbeiter schnellen und einfachen Zugriff auf Kundendaten und Produktinformationen. Durch intuitive, benutzerfreundliche Schnittstellen können sich die Mitarbeiter stärker auf die Kundenberatung konzentrieren, anstatt nach Informationen suchen zu müssen. Software-Tools, die Echtzeitdaten zu Kundenpräferenzen, Kaufhistorie und Bestandsverfügbarkeit bereitstellen, sind entscheidend für die Gestaltung personalisierter Einkaufserlebnisse, die die Kunden begeistern.



### 4. Effiziente Bewältigung steigender Arbeitsbelastung

Da Einzelhandelsgeschäfte nun auch Fulfillment und andere operative Aufgaben übernehmen, ist es wichtig, dass Mitarbeiter die richtigen Tools haben, um ihre Arbeitslast effizient zu managen. Task-Management-Systeme, die Aufgaben priorisieren und die Mitarbeiter bei ihrer Arbeit unterstützen, können die Produktivität deutlich steigern und Fehler reduzieren. Mit einer klaren Aufgabenverteilung helfen diese Systeme den Mitarbeitern, auch bei mehreren gleichzeitigen Aufgaben, den Fokus auf hervorragenden Kundenservice zu behalten.

#### Erfolge

Die gezielte Unterstützung der Mitarbeiter im Retail-Store bringt mehrere wesentliche Erfolge mit sich:

**Steigerung der Kundenzufriedenheit:** Gut vorbereitete Mitarbeiter können die Kunden besser betreuen, was zu höherer Zufriedenheit und mehr Folgegeschäften führt.

**Erhöhte Mitarbeiterproduktivität:** Mit den richtigen Tools und Schulungen können Mitarbeiter ihre Aufgaben effizienter erledigen, was die Gesamtproduktivität des Unternehmens steigert.

**Verbessertes Markenimage:** Kunden nehmen die Servicequalität oft als Spiegelbild der Marke wahr. Wenn Mitarbeiter befähigt werden, exzellenten Service zu bieten, stärkt das das Markenimage und fördert die Kundentreue.



## Das Konzept des „Seamless Selling“

In der heutigen europäischen Einzelhandelswelt ist „Seamless Selling“ kein Luxus mehr, sondern unverzichtbar. Heutige Verbraucher erwarten, dass sie mühelos über verschiedene Kanäle hinweg einkaufen können – sei es beim Stöbern im Geschäft, beim Online-Kauf oder bei der Abholung von Artikeln an einem physischen Standort. „Seamless Selling“ sorgt dafür, dass diese Einkaufserlebnisse miteinander verbunden, konsistent und benutzerfreundlich sind, sodass Kunden ihre Einkäufe unabhängig von der gewählten Methode problemlos abschließen können.

„Seamless Selling“ bedeutet nicht nur, verschiedene Vertriebskanäle anzubieten, sondern sie so zu integrieren, dass sie perfekt zusammenarbeiten. Dadurch können Kunden einfach zwischen Online- und Offline-Erlebnissen wechseln und ihr Einkaufserlebnis wird verbessert. Für Einzelhändler führt „Seamless Selling“ nicht nur zu mehr Umsatz, sondern auch zu einer stärkeren Kundenbindung durch ein nahtloses Einkaufserlebnis. Tatsächlich geben 64 % der europäischen Verbraucher an, dass sie eher bei Einzelhändlern einkaufen, die ein nahtloses Omnichannel-Erlebnis bieten.<sup>3</sup>

# 64 %

der europäischen Verbraucher kaufen bevorzugt bei Einzelhändlern ein, die ein nahtloses Omnichannel-Erlebnis bieten.



Kleid 4711

SKU 901234567

Preis €98.99

Im Netzwerk  
368

Auf Lager  
11

Farbe:



Größe



Hinzufügen

# Techniken für die Umsetzung von „Seamless Selling“

## 1. Rüsten Sie Ihre Filialmitarbeiter aus, um Verkäufe überall im Geschäft abzuschließen

Moderne europäische Konsumenten werden zunehmend ungeduldig und möchten weder in langen Schlangen stehen noch komplizierte Bezahlvorgänge durchlaufen. Daher sollten Ihre Filialmitarbeiter mit mobilen POS-Geräten ausgestattet sein, die es ihnen ermöglichen, Transaktionen an jedem Ort im Geschäft abzuwickeln. Dies verkürzt nicht nur die Wartezeiten, sondern verbessert auch das Einkaufserlebnis, da die Mitarbeiter die Kunden überall unterstützen können – ob in der Umkleidekabine oder beim Stöbern in den Regalen.

## 2. Integration von „Endless Aisle“-Technologien

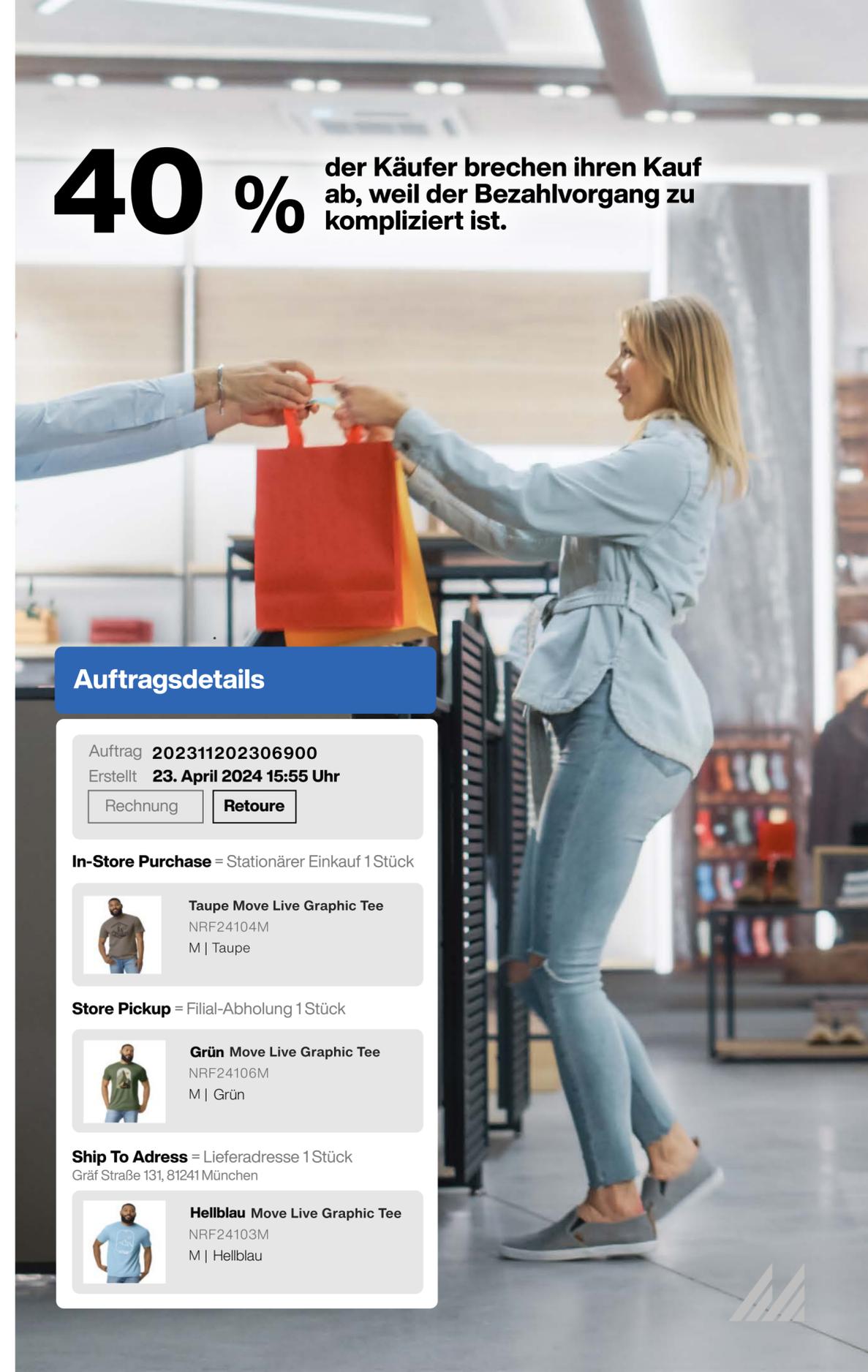
Das Konzept des „Endless Aisle“ (Endlosgang) ermöglicht es Kunden, Produkte zu kaufen, die im Geschäft möglicherweise nicht vorrätig sind. Durch die Integration eines globalen Warenwirtschaftssystems, das Filialen, Vertriebszentren und Lieferanten vernetzt, können Einzelhändler ein breiteres Produktsortiment anbieten und sicherstellen, dass Kunden immer das finden, wonach sie suchen. Diese

Lösung reduziert nicht nur Umsatzeinbußen durch ausverkaufte Artikel, sondern steigert auch die Kundenzufriedenheit, indem sie mehr Auswahlmöglichkeiten bietet.

## 3. Optimierung der Kaufabwicklung im Omnichannel-Handel

Warenkorb-Systeme, bei denen Kunden Artikel zur sofortigen Abholung, zur Lieferung nach Hause oder für eine spätere Lieferung kaufen können, können den Bezahlvorgang komplizieren. Daher sollten Einzelhändler einheitliche Bezahlssysteme einsetzen, die alle Arten von Käufen in einer einzigen Transaktion effizient abwickeln. Dies vereinfacht und beschleunigt den Verkaufsprozess, verbessert das Kundenerlebnis und reduziert die Abbruchrate beim Einkauf. In Europa, wo 40 % der Käufer ihren Kauf aufgrund komplexer Bezahlvorgänge abbrechen<sup>4</sup>, ist dies besonders entscheidend.

**40 %** der Käufer brechen ihren Kauf ab, weil der Bezahlvorgang zu kompliziert ist.



### Auftragsdetails

Auftrag **202311202306900**  
Erstellt **23. April 2024 15:55 Uhr**

[Rechnung](#) [Retoure](#)

**In-Store Purchase** = Stationärer Einkauf 1 Stück

 **Taupe Move Live Graphic Tee**  
NRF24104M  
M | Taupe

**Store Pickup** = Filial-Abholung 1 Stück

 **Grün Move Live Graphic Tee**  
NRF24106M  
M | Grün

**Ship To Adress** = Lieferadresse 1 Stück  
Gräf Straße 131, 81241 München

 **Hellblau Move Live Graphic Tee**  
NRF24103M  
M | Hellblau

## 4. Flexible Zahlungsoptionen

Im modernen Einzelhandel sind flexible Zahlungsmöglichkeiten unerlässlich. Kunden erwarten, zwischen verschiedenen Zahlungsmethoden wählen zu können, sei es mit Kreditkarte, digitaler Geldbörse oder kontaktloser Zahlung. Wenn Einzelhändler all diese Optionen in einem einfachen, nahtlosen Bezahlvorgang bündeln, können sie die Erwartungen der Kunden besser erfüllen und Reibungsverluste am Point of Sale minimieren. Dies ist besonders wichtig in Europa, **wo kontaktlose Zahlungen seit 2020 um 150 % gestiegen sind**<sup>5</sup>.

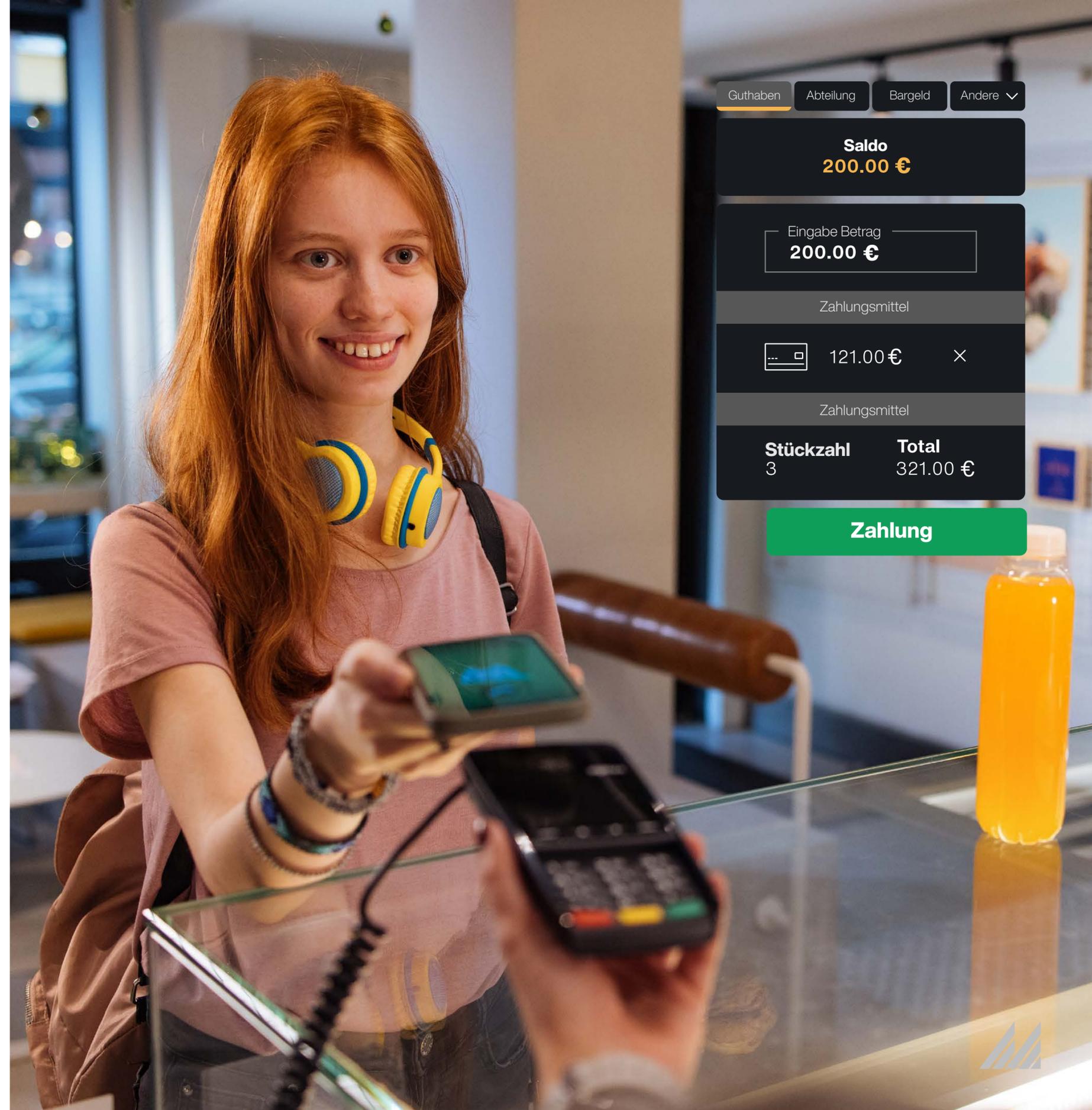
### Vorteile des „Seamless Selling“

Die Implementierung von „Seamless Selling“-Strategien bringt zahlreiche Vorteile mit sich:

**Steigerung von Umsatz und Kundenbindung:** Ein reibungsloses, kundenorientiertes Einkaufserlebnis fördert nicht nur höhere Umsätze, sondern gewinnt auch treue Stammkunden.

**Erhöhter Komfort für Kunden:** Flexiblere Zahlungs- und Bestelloptionen machen den Einkauf einfacher und steigern die Kundenzufriedenheit.

**Reduzierte Betriebskosten:** Durch optimierte Abläufe und den Einsatz mobiler POS-Lösungen können Zeit- und Ressourcenaufwand gesenkt und die Gesamteffizienz gesteigert werden.



Guthaben Abteilung Bargeld Andere ▾

**Saldo**  
200.00 €

Eingabe Betrag  
200.00 €

Zahlungsmittel

... 121.00 € ×

Zahlungsmittel

Stückzahl	Total
3	321.00 €

**Zahlung**

### Die Bedeutung des Einzelhandels in modernen Retail-Stores

In einer zunehmend digitalen Einzelhandelswelt gewinnt der Wert personalisierter In-Store-Erlebnisse immer mehr an Bedeutung. Obwohl Online-Shopping bequem ist, kann es die menschliche Interaktion und den persönlichen Service, den physische Geschäfte bieten, nicht ersetzen. Personalisierter Einzelhandel schließt diese Lücke, indem er Kunden einzigartige und emotionale Einkaufserlebnisse bietet, die auf ihre individuellen Vorlieben und Bedürfnisse abgestimmt sind.

Personalisierter Verkauf geht über maßgeschneiderte Produktempfehlungen hinaus – es geht darum, echte Kundenbeziehungen aufzubauen, die über den reinen Verkauf hinausreichen. Mit fundierten Informationen über die Kunden und den richtigen Tools für die Mitarbeiter können Einzelhändler jede Interaktion im Geschäft in eine Gelegenheit verwandeln, langfristige Beziehungen zu schaffen und die Markentreue zu stärken. In Europa, wo 71% der Verbraucher personalisierte Erlebnisse erwarten<sup>6</sup>, ist dies besonders relevant.



# 71 %

der Verbraucher erwarten  
ein personalisiertes  
Einkaufserlebnis



# Methoden zur Personalisierung von Shopping-Erlebnissen

## 1. Einsatz von Omnichannel-Profilen für maßgeschneiderte Verkaufsgespräche

Um wirklich personalisierte Einkaufserlebnisse zu schaffen, benötigen die Mitarbeiter im Geschäft Zugriff auf umfassende Kundenprofile, die die Kaufhistorie, Vorlieben und das Verhalten über alle Kanäle hinweg umfassen. Diese Daten ermöglichen es den Mitarbeitern, auf persönlicher Ebene mit den Kunden zu kommunizieren, indem sie individuelle Begrüßungen, Treueprämien und gezielte Produktempfehlungen anbieten. Durch die Integration dieser Profile in ein einheitliches System können Einzelhändler sicherstellen, dass jede Interaktion auf der individuellen Customer Journey des Kunden basiert.

## 2. Machen Sie Ihre Filialmitarbeiter zu Produktberatern

Im digitalen Zeitalter kommen Kunden oft bereits mit umfassenden Produktkenntnissen in die Geschäfte. Um das Einkaufserlebnis zu verbessern, müssen Verkäufer daher mehr bieten als nur grundlegende Hilfestellung – sie sollten als fachkundige Berater auftreten, die das Wissen der Kunden noch erweitern. Dafür benötigen sie Zugriff auf detaillierte Produktinformationen, einschließlich Merkmalen, Verfügbarkeit und passenden Artikeln. Durch die Positionierung ihrer Mitarbeiter als Experten schaffen Einzelhändler eine Verkaufsumgebung, in der kompetente Beratung im

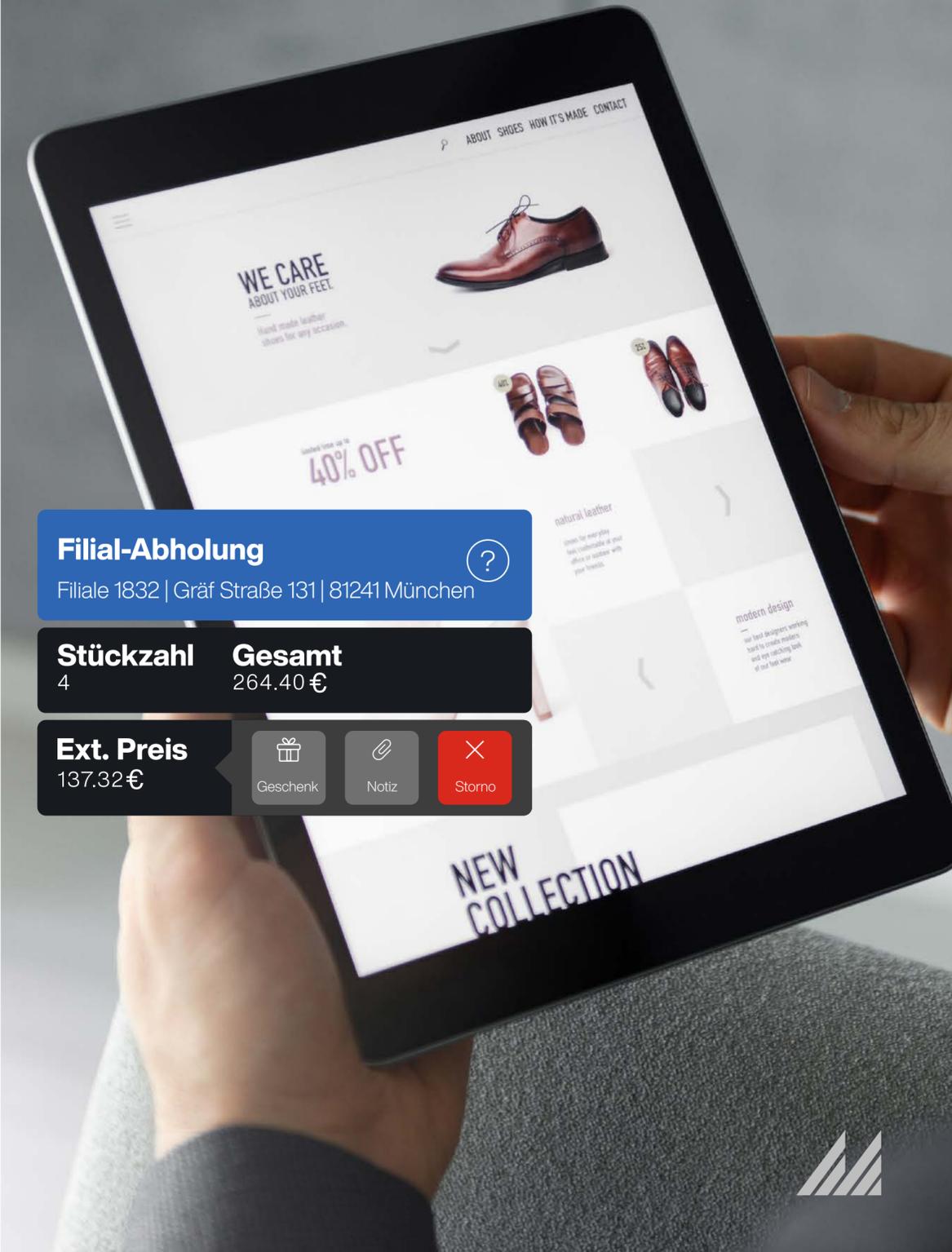
Mittelpunkt steht, was sowohl die Verkaufszahlen als auch die Kundenzufriedenheit steigert.

## 3. Setzen Sie auf fortschrittliche Kundenbindungsinstrumente

Personalisierte Beratung endet nicht an der Ladentheke. Mit fortschrittlichen Tools wie Terminplanung und digitalen Produktkatalogen können Einzelhändler das individuelle Einkaufserlebnis auch über das physische Geschäft hinaus erweitern. Indem sie Kunden die Möglichkeit bieten, persönliche Termine zu vereinbaren oder ausgewählte Produktvorschläge per E-Mail oder SMS zu erhalten, können Einzelhändler die Kundenbindung stärken und Anreize für zukünftige Besuche schaffen.

## 4. Stärken Sie Ihre Kundenbeziehungen durch kontinuierliche Ansprache

Die Beziehung zu Ihren Kunden endet nicht mit dem Verlassen des Geschäfts. Durch regelmäßige Kommunikation über personalisierte E-Mails, Nachfassaktionen und Sonderangebote können Einzelhändler die Kundenbindung festigen und langfristige Treue fördern. Tools, die es Mitarbeitern ermöglichen, Kundenpräferenzen zu erfassen, zu aktualisieren und gezielte Empfehlungen zu versenden, sind entscheidend, um diese Beziehungen zu pflegen und Wiederholungskäufe zu fördern.



## Bedeutung des Einzelhandels

Ein personalisierter Einzelhandel führt zu mehreren wichtigen Erfolgen:

**Steigerung der Kundentreue:** Individuelle Interaktionen schaffen Vertrauen und fördern Wiederholungskäufe, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass Kunden wiederkommen.

**Höhere Verkaufsabschlüsse:** Maßgeschneiderte Empfehlungen und fachkundige Beratung steigern die Kaufbereitschaft und damit den Umsatz.

**Wettbewerbsvorteil:** Ein Service, der online nicht erreicht werden kann, ermöglicht es Einzelhändlern, sich in einem wettbewerbsintensiven Markt zu differenzieren und eine loyale Kundschaft zu gewinnen.



Merkliste 3  sortiert nach  **Meine Wunschlisten**

 **Herbst Merkliste**    
Erstellt von D. Schmitz  
Erstellt am 19.05.2023  
Geteilt 20 mal

 **Sommer Merkliste**    
Erstellt von D. Schmitz  
Erstellt am 19.05.2023  
Geteilt 16 mal



## Optimiertes Store Fulfillment als Wettbewerbsvorteil

Im Zeitalter des Omnichannel-Einzelhandels ist die effiziente Warenauslieferung ein entscheidender Faktor für das Kundenerlebnis. Verbraucher erwarten heute schnelle und zuverlässige Möglichkeiten, ihre Einkäufe zu erhalten – sei es durch Abholung im Geschäft, Lieferung an eine Abholstation oder Versand nach Hause. Ein optimiertes Store Fulfillment erfüllt nicht nur diese Erwartungen, sondern stärkt auch die Rolle des Geschäfts als zentraler Knotenpunkt im Einzelhandelsökosystem.

Für Einzelhändler sind reibungslose Abläufe bei der Auftragsabwicklung der Schlüssel zur Kundenbindung und -zufriedenheit. Unternehmen, die ihre Lieferzusagen konsequent einhalten, eine rechtzeitige Abholung ermöglichen und schnelle Versandoptionen anbieten, haben bessere Chancen auf Folgegeschäfte. Zudem können Einzelhändler durch die Optimierung ihrer Fulfillment-Prozesse Betriebskosten senken, das Bestandsmanagement verbessern und die Gesamtproduktivität steigern. In Europa, wo 60 % der Verbraucher Click-and-Collect-Dienste nutzen<sup>7</sup> ist die Bedeutung eines effizienten „Store Fulfillment“ nicht zu unterschätzen.

# 60 %

der Verbraucher nutzen Click-und-Collect Dienste.



# Best Practices für die Ladenlogistik

## 1. Schulung und Ausstattung der Mitarbeiter für Fulfillment-Aufgaben

Erfolgreiches Store-Fulfillment hängt maßgeblich von der Kompetenz der Mitarbeiter ab. Um sicherzustellen, dass Bestellungen effizient und fehlerfrei bearbeitet werden, müssen die Mitarbeiter in bewährten Fulfillment-Verfahren geschult und mit den richtigen Tools ausgestattet werden. Mobile Geräte mit Pick-by-Light-Systemen, Bestandsverwaltungssystemen und Echtzeit-Auftragsverfolgung sind dabei unverzichtbar, um eine schnelle und präzise Abwicklung der Bestellungen zu gewährleisten.

## 2. RFID-Technologie für eine präzise Bestandsverwaltung

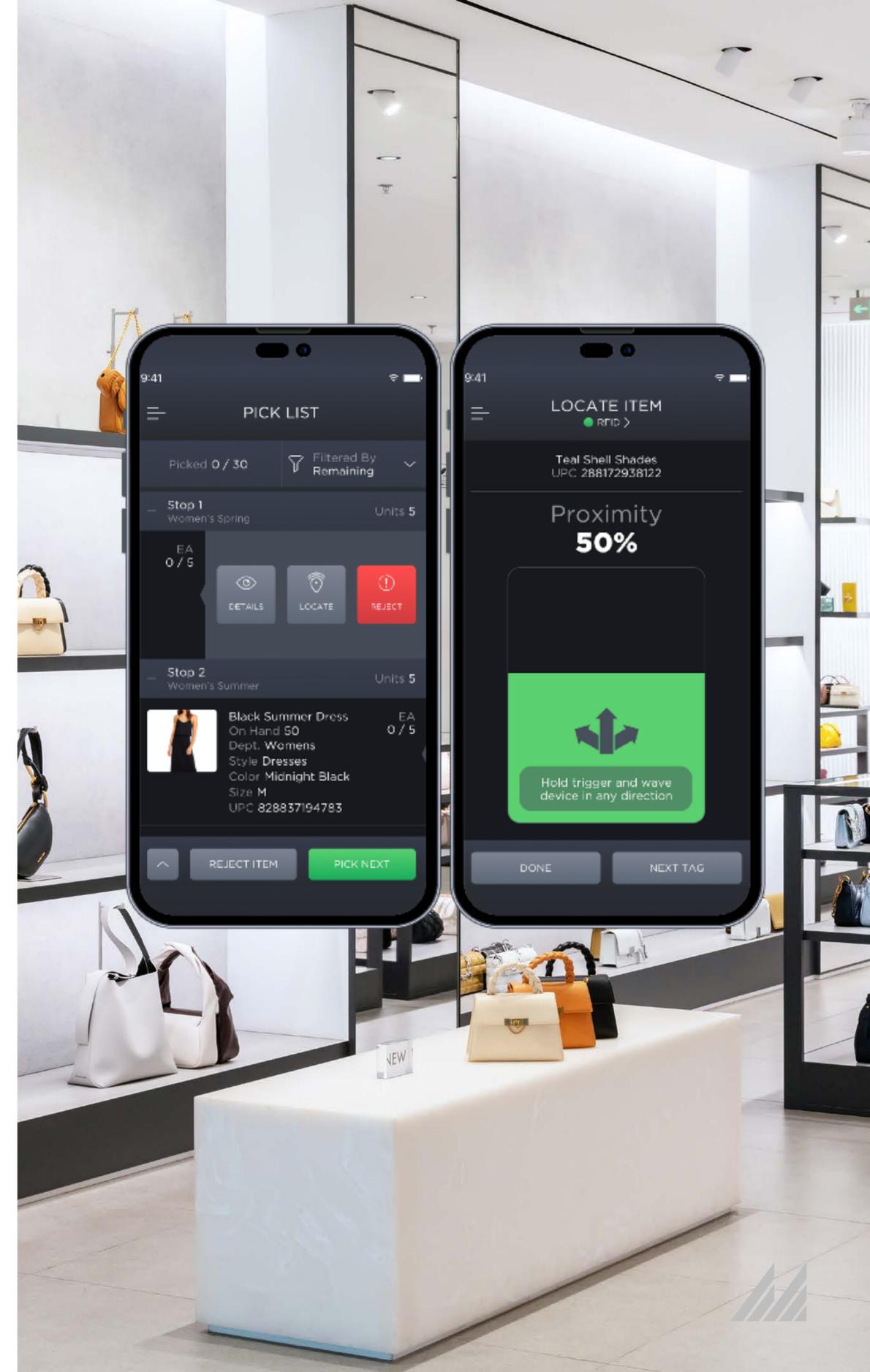
Die Radiofrequenz-Identifikation (RFID) ist ein Meilenstein im Hinblick auf eine präzise Bestandsverwaltung. Durch die Ausstattung von Waren mit RFID-Chips können Einzelhändler ihre Bestände wesentlich genauer überwachen und die Zeit für das Auffinden und Kommissionieren von Artikeln erheblich verkürzen. Diese Technologie optimiert nicht nur den gesamten Abwicklungsprozess, sondern verbessert auch das Kundenerlebnis, indem sie sicherstellt, dass Artikel pünktlich verfügbar und zur Abholung oder zum Versand bereit sind.

## 3. Skalierung der Fulfillment-Kapazität zur Deckung der Nachfrage

Mit der steigenden Nachfrage nach Omnichannel-Fulfillment-Optionen müssen Einzelhändler ihre Prozesse anpassen, um Schritt zu halten. Dazu gehört die Optimierung der Ladenlayouts, das Aufstocken des Personals während Stoßzeiten und Investitionen in Technologien, die größere Bestellmengen effizient bewältigen können. Durch die Erweiterung ihrer Fulfillment-Kapazitäten stellen Einzelhändler sicher, dass sie die Erwartungen der Kunden auch in arbeitsintensiven Zeiten wie Feiertagen oder bei Werbeaktionen zuverlässig erfüllen.

## 4. Machen Sie die persönliche Abholung zu einem Service-Unterscheidungsmerkmal

Die Abholung im Geschäft oder an einer Abholstation wird bei Verbrauchern, die auf Bequemlichkeit Wert legen, immer beliebter. Einzelhändler können sich von der Konkurrenz abheben, indem sie einen reibungslosen und unkomplizierten Abholservice anbieten. Wichtige Aspekte sind dabei eine klare Kommunikation des Bestellstatus, leicht verständliche Abholanweisungen und gut ausgeschilderte Abholbereiche. Durch eine Vorreiterrolle in diesem Bereich können Einzelhändler die Auftragsabwicklung in einen Wettbewerbsvorteil verwandeln, der Kunden anzieht und langfristig bindet.



### Vorteile einer optimierten Ladenlogistik

Eine effektive Auftragsabwicklung im Ladengeschäft bietet mehrere entscheidende Vorteile:

**Erhöhte Kundenzufriedenheit:** Zuverlässige und schnelle Fulfillment-Optionen steigern die Zufriedenheit der Kunden und fördern Folgegeschäfte.

**Höhere Filialproduktivität:** Optimierte Prozesse und der Einsatz moderner Technologie reduzieren den Aufwand für das Fulfillment und steigern die Gesamteffizienz der Filiale.

**Stärkere Wettbewerbsposition:** Hochwertige Fulfillment-Dienstleistungen ermöglichen es Einzelhändlern, sich in einem wettbewerbsintensiven Markt zu differenzieren und mehr Kunden anzuziehen.

#### Inventuren

**Inventur ID 32569747** erfasst  
Beschreibung Damen Abteilung #4 325/325  
Fälligkeitsdatum 5.12.2023  
bereit zur Prüfung €13245  
 teilweise bestätigt

**Inventur ID 325697** erfasst  
Beschreibung Herren Abteilung #4 316/316  
Fälligkeitsdatum 12.12.2023  
 offen



## **Die Bedeutung von Performance-Einblicken in modernen Retail-Stores**

Im heutigen Einzelhandel sind datenbasierte Ansätze entscheidend für kontinuierliche Verbesserungen. Performance-Insights sind nicht nur für Führungskräfte nützlich, sondern auch für Filialmitarbeiter und -manager. Wenn Filialteams Zugriff auf Echtzeitdaten haben, können sie fundierte Entscheidungen treffen, die Produktivität, Genauigkeit und Kundenservice optimieren. Durch diese Demokratisierung von Daten kann jede Ebene des Unternehmens zum Erfolg der Filiale beitragen.

Leistungskennzahlen sind nicht nur für strategische Entscheidungen von Bedeutung, sondern auch wertvolle Werkzeuge für Mitarbeiter und Manager im Store. Mit Echtzeitdaten ausgestattet, können Ladenteams fundierte Entscheidungen treffen, die die Effizienz und den Kundenservice verbessern. Diese breite Verfügbarkeit von Daten ermöglicht es jeder Organisationsebene, aktiv zum Erfolg des Stores beizutragen.



# Effektive Nutzung von Performance-Insights

## 1. Stellen Sie Filialteams Echtzeitdaten zur Verfügung

Um Performance-Insights effektiv zu nutzen, sollten Filialteams Zugang zu Echtzeitdaten haben, die praxisnah und leicht verständlich sind. Dazu gehören Dashboards, die wichtige Kennzahlen wie Verkaufsleistung, Lagerbestände und Kundenzufriedenheit visualisieren. Indem diese Informationen direkt an Filialleiter und Mitarbeiter weitergegeben werden, können Einzelhändler sicherstellen, dass alle Teammitglieder auf die Ziele der Filiale ausgerichtet sind und sofort auf Probleme reagieren oder Chancen nutzen können.

## 2. Einfache Datenvisualisierung

Komplexe Daten werden oft unzureichend genutzt, wenn sie schwer verständlich sind. Einzelhändler können die Akzeptanz und Nutzung von Performance-Insights verbessern, indem sie Daten in einem klaren, visuell ansprechenden Format präsentieren. Dazu können Grafiken, Diagramme und Heatmaps gehören, die Trends und Auffälligkeiten deutlich machen und es den Filialteams erleichtern, Bereiche zu erkennen, die besondere Aufmerksamkeit erfordern. Mit diesen vereinfachten Visualisierungstools können Mitarbeiter und Manager schneller fundierte Entscheidungen treffen, die den Filialbetrieb und das Kundenerlebnis optimieren.

## 3. Implementierung von Benchmarking-Analysen

Wettbewerbsorientiertes Benchmarking ist ein wirksames Instrument, um die Leistung eines Geschäfts im Vergleich zu anderen Unternehmen der Branche zu bewerten. Durch die Implementierung von Benchmarking-Analysen können Einzelhändler Best Practices identifizieren und Bereiche aufdecken, in denen sie möglicherweise hinter den Erwartungen zurückbleiben. Diese Erkenntnisse können in strategische Entscheidungen einfließen, wie die Anpassung des Personalbestands, die Optimierung der Bestandsverwaltung oder die Verfeinerung von Kundenbindungsstrategien, um die Gesamtleistung des Geschäfts zu steigern.

## 4. Nutzen Sie Erkenntnisse für kontinuierliche Verbesserungen

Da sich die Einzelhandelslandschaft ständig weiterentwickelt, ist kontinuierliche Verbesserung entscheidend, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Performance-Insights ermöglichen es Einzelhändlern, die Auswirkungen von Änderungen in Echtzeit zu überwachen und Strategien bei Bedarf anzupassen. Ob es darum geht, ein neues Layout zu testen, eine neue Technologie einzuführen oder eine Marketingkampagne zu starten – datengestützte Erkenntnisse sorgen dafür, dass Einzelhändler den Erfolg messen und fundierte Entscheidungen treffen können, die das Wachstum fördern.



## **Ergebnis**

Der Einsatz von Performance-Insights bringt mehrere positive Ergebnisse:

**Erhöhtes Mitarbeiterengagement:** Wenn Filialteams mit relevanten Daten ausgestattet sind, steigt ihre Motivation, und sie können effektiver zum Erfolg der Filiale beitragen.

**Steigerung von Umsatz und Rentabilität:** Datengestützte Strategien ermöglichen es Einzelhändlern, Betriebsabläufe zu optimieren, das Kundenerlebnis zu verbessern und so Umsatz und Rentabilität zu steigern.

**Verbessertes Kundenerlebnis:** Durch die kontinuierliche Anpassung der Filialabläufe auf Basis von Performance-Insights können Einzelhändler das Kundenerlebnis nachhaltig verbessern, was zu höherer Kundenzufriedenheit und -loyalität führt.





## Die Zukunft des modernen Retail-Stores in Europa

Der moderne Retail-Store ist kein statisches Konzept, sondern ein dynamischer und wachsender Bestandteil der Omnichannel-Strategie eines Einzelhändlers. Angesichts der steigenden Erwartungen der Verbraucher in ganz Europa müssen Einzelhändler flexibel bleiben und ihre Store-Erlebnisse kontinuierlich weiterentwickeln, um den Bedürfnissen moderner Käufer gerecht zu werden. Durch die gezielte Mitarbeiterförderung, die Implementierung nahtloser Marketing- und Verkaufstechniken, die Personalisierung von Einkaufserlebnissen, die Optimierung der Fulfillment-Prozesse und die Nutzung von Performance-Insights können Einzelhändler sicherstellen, dass ihre Stores auch in Zukunft relevant und wettbewerbsfähig bleiben.

Die Zukunft des modernen Retail-Stores hängt davon ab, wie gut er sich an Veränderungen anpasst, Technologie effektiv nutzt und das Kundenerlebnis an jedem Touchpoint in den Mittelpunkt stellt. So können europäische Einzelhändler Retail-Stores schaffen, die weit mehr sind als reine Verkaufsflächen: Sie werden zu zentralen Drehscheiben für Kundenbindung, Loyalität und Markenidentität.



Mehr Infos unter: [manh.de](https://manh.de)

1 Ecommerce News Europe - "Omnichannel retailing in Europe" (2022)

2 European Retail Digest - "The Role of Technology in Retail Employee Satisfaction" (2023)

3 Retail Gazette - "The Future of Omnichannel Retailing in Europe" (2023)

4 Statista - "Consumer Behaviour in Online Shopping" (2023)

5 Statista - "Consumer Behaviour in Online Shopping" (2023)

6 European Payments Council - "The Rise of Contactless Payments in Europe" (2022)

7 European Payments Council - "The Rise of Contactless Payments in Europe" (2022)