



Ein profitables Gesamtsystem durch optimierte Omni-Channel- Bestellabwicklung

Sie haben es in der Hand



Einzelhändler investieren in Programme zur Multi-Channel-Bestellabwicklung, um das Einkaufserlebnis zu verbessern und für unübertroffenen Kundendienst und Komfort zu sorgen. Zwar ist die Umsetzung arbeits- und kostenaufwendig, jedoch keineswegs unmöglich.

Mit Zebra haben Sie es in der Hand.

Aufwertung von Strategie und Erwartungen bei Steigerung von Gewinnen und Ergebnissen

Niemand zweifelt daran, dass sich der Einzelhandel umfassend verändert hat. Es gibt immer wieder Händler vor Ort oder online, die einen großen Aufwand betreiben, um Kunden – und ihre Geldbeutel – zu gewinnen. Deshalb sind die Erwartungen von Kunden so hoch wie nie zuvor, denn sie suchen nach einem nahtlosen, personalisierten und bequemen Einkaufserlebnis.

DIE EVOLUTION DES E-COMMERCE

In den letzten Jahren haben viele Einzelhändler damit begonnen, physische und digitale Kundenerlebnisse zusammenzuführen und an die sich ändernden Verbrauchergewohnheiten anzugleichen. Dazu bieten sie neue Abwicklungsalternativen an, bei denen die zahlreichen Möglichkeiten des E-Commerce mit den Ressourcen der Ladengeschäfte kombiniert werden. Jedoch hat die Pandemie die Einführung neuer digitaler Einkaufslösungen sowohl für Einzelhändler als auch für Verbraucher beschleunigt, wobei Click & Collect eine wichtige Rolle einnimmt.

Online-Bestellung mit Abholung vor Ort ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Verknüpfung des physischen und digitalen Einzelhandels. Neben der Möglichkeit der kontaktlosen Abwicklung gibt es weitere Gründe für Sie, auf Click & Collect umzustellen:

- Erhöhte Online-Konversionsraten
- Die Möglichkeit, noch mehr Produkte online anzubieten
- Upselling-Chancen bei der Abholung

Kunden können dank Click & Collect sowohl Versandkosten als auch lange Wartezeiten bei der Lieferung von E-Commerce-Bestellungen vermeiden. Zugleich bleiben ihnen das Gedränge in Geschäften und lange Warteschlangen an den Kassen erspart.



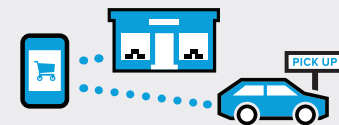
VON OPTIONAL ZU UNVERZICHTBAR

Früher war Click & Collect beim Online-Kauf eine nette Zusatzoption für Kunden. Heute ist diese Option unverzichtbar geworden. Allerdings bringen Implementierung und Optimierung einen erheblichen Aufwand mit sich und sie erfordern strategische Investitionen in zukunftsweisende Abwicklungs- und Einzelhandelstechnologie. Wer profitabel sein und zugleich erstklassigen Kundenservice bieten will, muss vorübergehende Unterbrechungen in Kauf nehmen und sich auf langfristige Veränderungen im Verbraucherverhalten einstellen.

CLICK & COLLECT HEBT AB



DIGITALE KUNDEN
Weltweit: **2,14 Mrd.**
gegenüber **1,66 Mrd. 2016¹**



PRÄFERENZEN
**86 % der Verbraucher planen, in nächster Zeit
Optionen für Online-Kauf und Abholung vor Ort
zu nutzen.²**

¹ Statista, „Number of Digital Buyers Worldwide from 2014 to 2021“, 27. November 2020

² Zebra Technologies, „2021 Zebra Kundenstudie, Das essenzielle Einkaufserlebnis: Sicherheit, Schnelligkeit und Bequemlichkeit“



In diesem eBook stellen wir drei wichtige Schritte für ein perfektes Click & Collect vor mit eindeutigen Beispielen für Best Practices und Fallstudien dazu, wie führende Einzelhändler Click & Collect profitabel gemacht haben.

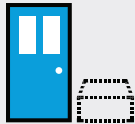
Umfassende Bestellabwicklung

Nutzen Sie Ihre vorhandenen Ressourcen und Flächen optimal? Viele Einzelhändler loten neue Abwicklungsoptionen in Geschäften und Lagern mit gemischten Ergebnissen aus. Für die filialinterne Bestellabwicklung ist eine höhere Bestandsgenauigkeit wichtig, während die Abwicklung im Lager zeit- und kostenaufwendigere Prozesse erfordert. Welche Antwort ist richtig?

Viele kleinere Geschäfte agieren als Omni-Channel-Hubs für Click & Collect oder Online-Retouren. Da hier geringere Immobilien- und Personalkosten anfallen, bietet sich Verbrauchern ein weiterer wertvoller Kontaktpunkt.

Ebenso können Sie mithilfe von Zustellfähern in Partnereinrichtungen mehr Kunden mit Ihrem Click & Collect-Angebot erreichen. Das Produktangebot für Kunden, die bereit sind, einige Tage bis zur Abholung zu warten, wird durch die Lieferung an Filialen ausgebaut. Nicht zuletzt wird in Mikro-Abwicklungszentren künstliche Intelligenz für die effiziente Bestandsplanung und die Bestellabwicklung mit minimalem Personalaufwand eingesetzt.

Diese Optionen sind vor allem für solche Kunden interessant, die aufgrund ihrer Arbeits- und Wohnsituation selten zu Hause sind, denn so haben sie Zugang zum gesamten Online-Produktangebot und verfügen zudem über einen sicheren Versand- und Abholungsort für E-Commerce-Bestellungen.



Mit dem Wachstum beim Online-Shopping geht auch ein steiler Anstieg bei fehlenden Bestellungen einher: Verbraucher meldeten während des ersten Quartals 2021 eine Zunahme bei gestohlenen Paketen um 131 %.³

³ Route, „Comparison Data: How COVID-19 is Impacting Delivery“, 23. April 2020

ERSTKLASSIGES KUNDENERLEBNIS DURCH BEFÄHIGTE MITARBEITER

In agileren Systemen können Verbesserungen des Click & Collect-Angebots einfacher vorgenommen werden, während effizientere Backend-Technologie häufig einen besseren Service beim Kundenerlebnis sicherstellt. Schnelligkeit, einfache Abholung, kurze Warteschlangen und einheitliche Berührungspunkte sind unverzichtbar für einen erstklassigen Click & Collect-Service. Ihren Mitarbeitern kommt eine entscheidende Rolle bei der Maximierung von Performance und Rentabilität im Ladengeschäft zu. Die Ausstattung von Mitarbeitern mit leistungsstarken Technologielösungen erleichtert ihre Arbeit und bringt zahlreiche andere Vorteile mit sich.

LEBENSMITTEL WERDEN MOBIL

Mobile Bestellungen sind derzeit stark im Aufwind. Vor allem im Lebensmittelhandel setzen Kunden verstärkt auf Online-Bestellung mit Abholung im Geschäft oder Lieferung nach Hause. Umfragen lassen vermuten, dass dies kein Trend ist, sondern eine langfristige Umstellung von Gewohnheiten.

NUTZUNG VON MOBILE SHOPPING UND APPS FÜR LEBENSMITTELLIEFERUNGEN⁴

Aktuelle
Nutzung

72%
(+5pp YoY)

In Zukunft
geplant

82%

MOBILE BESTELLUNGEN

54%
(+11pp YoY)

88%

APPS FÜR
LEBENSMITTELLIEFERUNGEN

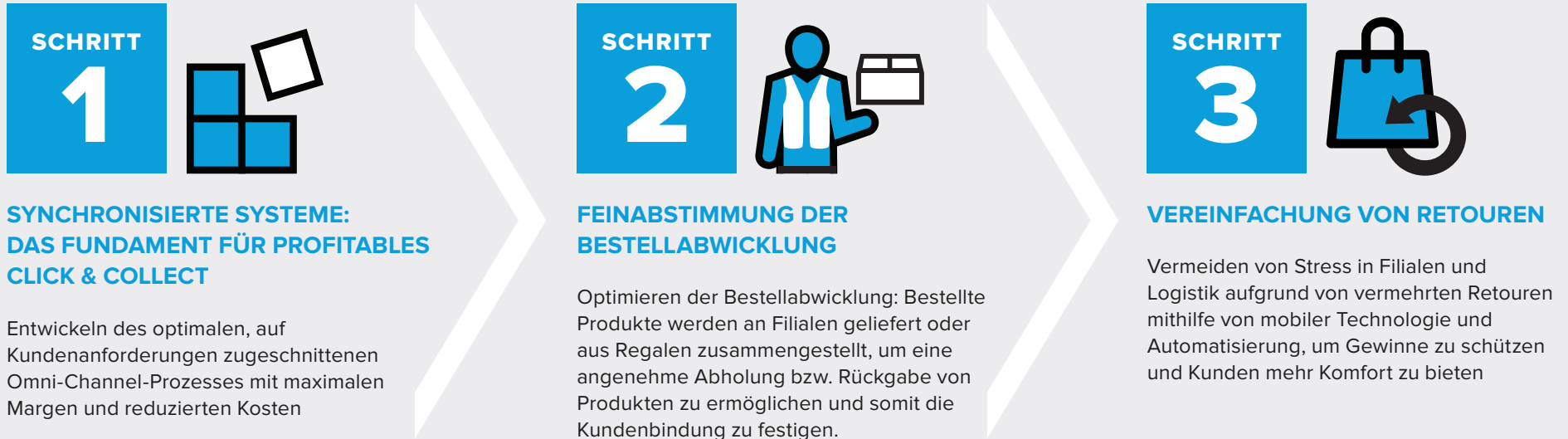
⁴ Zebra Technologies, „2021 Zebra Kundenstudie, Das essenzielle Einkaufserlebnis: Sicherheit, Schnelligkeit und Bequemlichkeit“



DREI-SCHRITTE-ROADMAP

Wie sieht der ideale Click & Collect-Prozess aus?

Zebra kann gemeinsam mit Ihnen eine nachhaltige und profitable Click & Collect-Strategie entwickeln und umsetzen, die auf Ihr Unternehmen zugeschnitten ist. In diesem Bericht werden drei wichtige Schritte hervorgehoben, die Ihnen helfen können, die Performance von Filialen zu verbessern, die unternehmensweite Effizienz zu steigern und für zufriedene Kunden zu sorgen.





SCHRITT
1

Synchronisierte Systeme: das Fundament für profitables Click & Collect

Ein perfektes Click & Collect lässt sich nicht aus dem Ärmel schütteln. Bei diesem komplizierten Puzzle müssen die richtigen Systeme vorhanden sein – und zusammenarbeiten – um Gewinne zu ermöglichen. Click & Collect deckt unterschiedliche Abwicklungsoptionen ab, die je nach Standort und Art des Geschäfts unterstützt werden müssen. Diese Systeme sind unverzichtbar für eine nahtlose Omni-Channel-Bestellabwicklung vom Lager bis zum Verkaufsraum und letztlich zum Verbraucher.



ECHTZEIT-TRANSPARENZ

Mithilfe von Echtzeit-Bestandsdaten können Mitarbeiter und Systeme gemeinsam Bestellungen effektiv verwalten. Unterschiedliche Technologien, vom einfachen Scannen von 1D/2D-Barcodes und periodischen Inventuren bis hin zu RFID (Real-Time Frequency Identification) und Ortungsfunktionen, können eingesetzt werden, um den Standort von Produkten präzise zu ermitteln und dafür zu sorgen, dass sie möglichst effizient an den vom Kunden gewünschten Abholort geliefert werden.



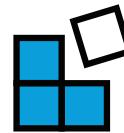
EFFIZIENZ UND GENAUIGKEIT BEI DER KOMMISSIONIERUNG

Eine Zeiteinsparung von wenigen Sekunden pro Artikel wirkt zunächst nicht sehr beeindruckend, kann sich aber auf riesige jährliche Einsparungen summieren. Optimierte Prozesse für Kommissionierung und Verpackung sind entscheidend für eine positive Multi-Channel-Anlagenrendite. Mit Handheld-Geräten ausgestattete Mitarbeiter in Verkauf und Lager können Artikel bei der Kommissionierung zuverlässiger und schneller finden, sei es in den Regalen des Geschäfts oder in einem externen Lager.



VERPACKUNG UND ETIKETTIERUNG

Mobile Drucker können die Produktivität deutlich steigern. On-Demand-Druck sorgt zudem für mehr Flexibilität, verkürzte Laufwege und weniger Fehler, da das Risiko von Schäden oder unbefugten Änderungen an den Etiketten geringer ist.



PERFEKTE ABWICKLUNG

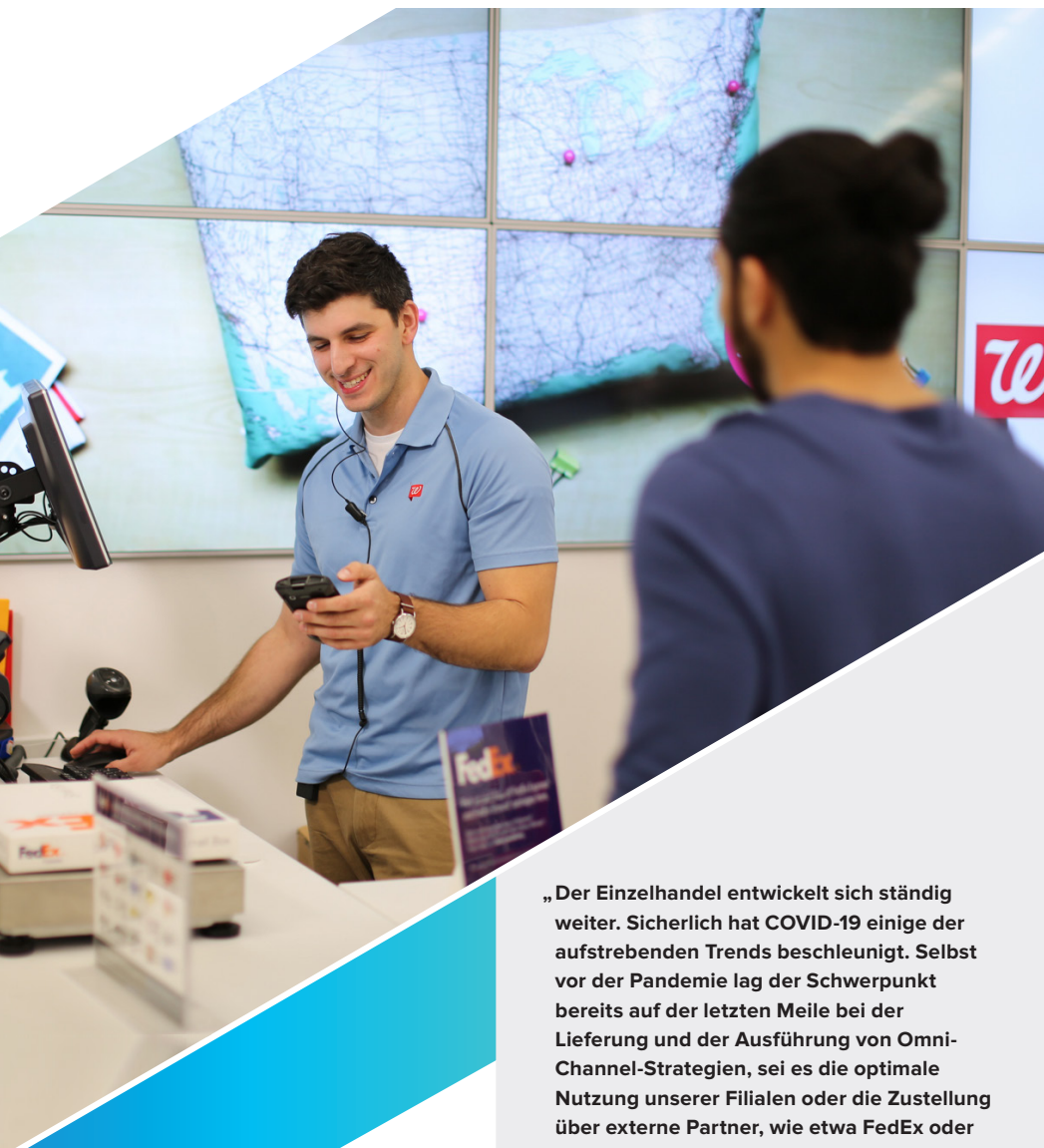
Integrierte Bestellungsinformationen und Echtzeit-Bestandsdaten sorgen für einen komfortableren Kundendienst und eine effiziente Aufgabenverwaltung für Mitarbeiter. Auch wenn die Knoten Ihres Abwicklungsnetzwerkes (Filiale, Lager, Verteilzentrum, Hersteller usw.) unterschiedliche Geschwindigkeiten und Funktionen aufweisen, tragen ordnungsgemäß integrierte Systeme zu einem nahtlosen Fluss von Bestellungen durch den Prozess bei.



PREISVERWALTUNG

Verbraucher kaufen bevorzugt bei Einzelhändlern ein, denen sie vertrauen, und wer kanalübergreifend für einheitliche Preise sorgt, erreicht eine durchgehend hohe Kundenzufriedenheit. Lösungen bestehen aus Tablets für den Unternehmenseinsatz, mobilen Computern und Handheld-Druckern bis hin zu ausgefeilten Preisverwaltungssystemen und elektronischen Regaletiketten.

In der heutigen Einzelhandelslandschaft werden flexible und auf den Verbraucher ausgerichtete Einzelhändler belohnt. Letztlich ist die Bereitstellung von hervorragendem Service ein wechselseitiger Prozess, bei dem Kunden die Lösung beeinflussen und umgekehrt. Es liegt in Ihrer Verantwortung, Ihre Betriebsabläufe an die spezifischen Anforderungen Ihrer Zielgruppe anzupassen und für eine erstklassige Abwicklung in Ihren Filialen zu sorgen.



„Der Einzelhandel entwickelt sich ständig weiter. Sicherlich hat COVID-19 einige der aufstrebenden Trends beschleunigt. Selbst vor der Pandemie lag der Schwerpunkt bereits auf der letzten Meile bei der Lieferung und der Ausführung von Omni-Channel-Strategien, sei es die optimale Nutzung unserer Filialen oder die Zustellung über externe Partner, wie etwa FedEx oder Door Dash.“

- Kristen Vargas,
Vice President Retail Operations
and Technology
Walgreens

IM FOKUS

Walgreens

Die US-amerikanische Apothekenkette hat auf die steigende Kundennachfrage nach kontaktlosem Einkaufen mit schnellen Anpassungen und durchdachten Technologielösungen reagiert.

Walgreens, das bereits in über 7.000 seiner Filialen einen Drive-in-Service anbietet, war das erste Unternehmen der Branche, das sein Produktangebot um zahlreiche Artikel für die Bestellung und Abholung am Autoschalter erweiterte. Kunden können jetzt nicht nur am Apothekentresen einkaufen, sondern ausgewählte Haushaltsartikel auch bestellen – alle diese Artikel wurden daraufhin getestet, ob sie durch das Ausgabefenster am Autoschalter passen.

TECHNISCHE DATEN

Verkaufsmitarbeiter bei Walgreens verwenden ET50 Tablets und TC51 mobile Handheld-Computer, um Bestellungen im Lager und in den Regalen der Filialen zu kommissionieren. Sobald ein Kunde eine Online-Bestellung abschließt, wird automatisch eine Benachrichtigung an das Gerät des Mitarbeiters gesendet, der die Artikel zur Abholung bzw. Lieferung zusammenstellt. Der Kunde wird benachrichtigt, wenn die Bestellung zur Abholung am Autoschalter oder am Tresen bereit ist oder in den Kofferraum des Kunden verladen werden kann.



Ein Schlüssel der Strategie von Walgreens besteht darin, die Bestandsgenauigkeit zu verbessern und Bestandsmangel zu vermeiden. Das Unternehmen setzt Zebra Prescriptive Analytics und Reflexis Intelligent Edge Solutions ein, um diese Probleme zu beheben und das Kundenerlebnis insgesamt aufzuwerten.

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Walgreens mithilfe von Technologie das Kundenerlebnis verbessert, klicken Sie [hier](#).

SCHRITT
2

Feinabstimmung der Bestellabwicklung: optimale Nutzung des Einkaufserlebnisses

Einzelhändler passen Ladengeschäfte an die ständig steigende Nachfrage nach Multi-Channel-Lösungen an, die einen effizienten, einheitlichen Handel ermöglichen. Allerdings sind für die Unterstützung von Click & Collect zusätzliche Betriebsabläufe erforderlich, die sowohl Kosten als auch Komplexität erhöhen und damit die Rentabilität gefährden. Die richtigen Technologien und Lösungspartner können dazu beitragen, den Zeit- und Kostenaufwand zu senken.



KUNDENERKENNUNG

Eine optimierte Identifizierung von Kunden bietet diesen mehr Komfort und zahlt sich für Sie unter dem Strich aus. Technologie wie interaktive Kioske oder Standort-Beacons sorgt für schnellen Service und erhöht die Kundenzufriedenheit.



BESTELLUNGSORTUNG

Unabhängig davon, ob die Abwicklung im Geschäft erfolgt oder am Fahrzeug des Kunden, ist die schnelle Identifizierung und Zusammenstellung der bestellten Waren ebenso wichtig wie die rasche Identifizierung des Kunden. Echtzeit-Bestandstechnologie und Mobilgeräte helfen Mitarbeitern in der Filiale mithilfe von Barcodes oder QR-Codes, schnell und genau zu ermitteln, wo eine Bestellung sich befindet, und diese dem richtigen Kunden zuzuordnen.



KONTAKTLOSER SERVICE

Viele Verbraucher erwarten Einkaufslösungen, die das direkte Einkaufserlebnis vor Ort mit der kontaktlosen Erfahrung im E-Commerce verknüpfen. Die Lieferung ans Auto kommt vor allem bei solchen Verbrauchern gut an, die früher überwiegend in Geschäften eingekauft haben und denen die Umstellung auf Online-Shopping nicht leichtgefallen ist



PERSONALKOMMUNIKATION

Eine direkte Kommunikation und ein optimiertes Ablaufmanagement sind Voraussetzung, um die kleinen Verzögerungen zu vermeiden, die sich zu größeren Umsatzeinbußen summieren. Mit Workforce Connect von Zebra können Mitarbeiter über Sprach- und Push-to-Talk-Dienste sowie Textnachrichten sofort den Kontakt mit einzelnen Kollegen oder Gruppen aufnehmen.



WARENEINGANG IN DER FILIALE

Mobile Computer, Handheld-Scanner und RFID-Lesegeräte sind äußerst effektive Hilfsmittel für die Beschleunigung des Wareneingangs. Zudem helfen sie, Genauigkeit und Integrität der eingehenden Waren sicherzustellen. Mitarbeiter erhalten Zugriff auf präzise Echtzeit-Informationen dazu, welche Waren wann in welchem Zustand eingegangen sind. Einzelhändler profitieren von einer schnelleren Abstimmung und einer Reduzierung von Bestandsschwund, was letztlich auf höhere Gewinne hinausläuft.





IM FOKUS

ABC Fine Wine & Spirits

Ein traditionsreicher Wein- und Spirituosenhändler nutzte Technologie zur Verbesserung des Kontakts zwischen Mitarbeitern und Kunden.

Um die Kundenbindung in Filialen zu festigen und den Kundenservice stärker zu personalisieren, stattete der in Florida ansässige Einzelhändler ABC Fine Wine & Spirits seine Mitarbeiter mit leistungsstarken mobilen Tools und intuitiven Anwendungen aus, die ihnen mehr Freiraum für die individuelle Kundenbetreuung bieten. Diese neue Technologie wurde zudem für den neuen Click & Collect-Service ABC Express eingesetzt. Verkaufsmitarbeiter waren von den höchst intuitiven TC70-Geräten begeistert, sodass diese in nur sieben Monaten an allen Standorten eingeführt werden konnten.

FUNKTIONSWEISE

Wenn Bestellungen zur Abholung in der Filiale eingehen, nutzen Mitarbeiter den Zebra TC70, um die Produkte nachzuschlagen sowie die Waren vor dem Eintreffen des Kunden zusammenzustellen und zu verpacken. Der Scanner des Geräts überprüft den Produktcode, um sicherzustellen, dass alle Bestellungen über ABC Express genau und vollständig verarbeitet werden.



Die Zeit, die durch die Erledigung von Aufgaben auf Mobilgeräten eingespart wird, kann für die Einzelbetreuung von Kunden verwendet werden. Durch die Möglichkeit, für gut durchdachte und schnelle Interaktionen in der Filiale zu sorgen, konnte ABC von Up- und Cross-Selling sowie von erhöhter Kundenbindung profitieren.

„Der TC70 ist ein wichtiger Bestandteil unseres Unternehmens, und wir könnten ohne ihn nicht funktionieren. Ohne den TC70 wären wir weder so erfolgreich noch so effizient.“

- Butch Devlin
Senior Vice President,
Store Operations
ABC Fine Wine & Spirits

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie ABC Fine Wine & Spirits mithilfe von Technologie das Einkaufserlebnis verbessert, klicken Sie [hier](#).



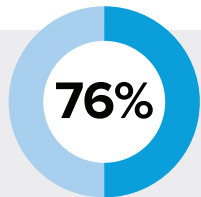
SCHRITT
3

Vereinfachung von Retouren

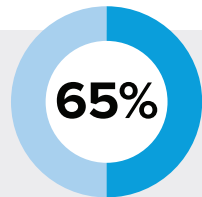
Mehr Online-Verkäufe ziehen mehr Retouren nach sich, und für Kunden muss beides gleichermaßen unkompliziert sein. Retouren sind unvermeidbar geworden, denn Verbraucher haben eine neue Einstellung zum Shopping. Einerseits kaufen sie mehr online, andererseits bestellen sie häufig mehrere Größen und Farben in der Absicht, zumindest einige, wenn nicht alle Artikel einer Bestellung zurückzusenden.

Erfolgreiche Einzelhändler wickeln Retouren auf eine Weise ab, die den Kunden zufriedenstellt, aber zugleich Kosten minimiert und Bestände möglichst schnell und sicher wieder in Umlauf bringt. Neue Methoden für die Retourenabwicklung nutzen sogar künstliche Intelligenz, um die Auswirkungen jeder einzelnen Retoure auf die Gewinnspanne zu ermitteln: Wenn die Kosten für Rücksendung und erneute Auslagerung zu hoch sind, darf der Kunde den Artikel behalten.

Kostenlose und einfache Retouren sind ein wichtiger Faktor für Konversionsrate und Kundenbindung. Ebenso wie in der Bestellabwicklung möchten Kunden entscheiden können, wie und wo sie Waren zurückgeben. Mobiles Scannen und Ad-hoc-Etikettierung mithilfe von Handheld-Druckern erlauben es Mitarbeitern, zurückgegebene Waren in kürzester Zeit wieder dem Bestand zuzuführen.



76% der Verbraucher bevorzugen Einzelhändler, die einfache Retouren anbieten.⁵



65% der befragten Verbraucher bevorzugen Online-Einzelhändler, die auch über Ladengeschäfte verfügen.⁶

^{5,6} Zebra Technologies, „2021 Zebra Kundenstudie, Das essenzielle Einkaufserlebnis: Sicherheit, Schnelligkeit und Bequemlichkeit“

EINFACH ZUGÄNGLICHE RÜCKGABEBEREICHE

Zwar möchten Kunden Artikel im Geschäft zurückgeben können, jedoch erwarten sie auch, dass die Rückgabe möglichst komfortabel und kontaktlos erfolgen kann. Zur Vereinfachung des Retourenprozesses für die Kunden haben viele Einzelhändler die Bereiche für Abholung und Rückgabe an zentrale Standorte verlagert – neben Eingang oder Ausgang der Filiale. Mithilfe von Barcode- oder QR-Code-Scannern können Verkaufsmitarbeiter rasch auf die Bestellinformationen zugreifen und den Retourenprozess einleiten.

Früher konnten Einzelhändler Click & Collect-Services oder Rückgaben in der Filiale in Upselling-Angebote umwandeln oder Retouren vermeiden, indem sie Kunden empfahlen, vor dem Verlassen des Geschäfts die Artikel in Umkleidekabinen anzuprobieren. Heute müssen sie dagegen das richtige Gleichgewicht finden zwischen dem Nutzen von Upselling-Chancen im Laden und der Möglichkeit, Online-Bestellungen vor Ort abzuholen bzw. Waren zurückzugeben, ohne sich allzu weit in das Geschäft hineinbegeben zu müssen.

Abholstellen für Pkw, Schließfächer und interaktive Kioske sind zunehmend beliebte Optionen für die kontaktlose Selbstbedienung oder auch für Retouren. Kunden können an diesen Kiosken Fragen stellen, die Verfügbarkeit von Artikeln prüfen sowie Retouren einleiten. Zu den verfügbaren Möglichkeiten bei diesen Kiosken zählen Barcode-Scannen, Etikettendruck, Verpacken oder Abgabe von Paketen.



„Click & Collect ist die am schnellsten wachsende Abwicklungsmethode in Großbritannien, zumal Click & Collect-Kunden häufiger einkaufen, mehr ausgeben und sich stark an den Anbieter binden. Dank der mobilen Technologie – ausschließlich von Zebra – können neue Filialen innerhalb von Stunden betriebsbereit sein. Der Erfolg unserer Lösung ist stark von Zebra Technologies abhängig.“

- Gary O'Connor
CTO
Doddle

IM FOKUS

Doddle

Doddle kann durch den Einsatz von Zebra-Technologie für Click & Collect und Retouren die durchschnittliche Transaktionsdauer deutlich verkürzen.

Das 2014 gegründete Unternehmen ist der führende Drittanbieter von Click & Collect-Services in Großbritannien. Doddle betreibt Standorte zur Paketabholung und -abgabe, an denen Kunden ihre E-Commerce-Einkäufe von Online-Einzelhändlern wie Amazon, Net-a-Porter, Misguided und ASOS abholen und zurückgeben können. Dank Doddle müssen Kunden sich nicht mit verpassten Zustellungen oder verloren gegangenen Paketen herummärgern, sondern können Lieferungen abholen, wo und wann es für sie am günstigsten ist. Konsolidierte Lieferungen an sichere Doddle-Standorte verbessern zudem die Umweltbilanz auf der letzten Meile.

Mit dem Ausbau von Partnerschaften mit etablierten Einzelhändlern zur Öffnung ihrer Firmengelände musste Doddle seine Teams mobiler machen und den filialinternen Hardwarebedarf durch die Umstellung auf eine mobile Handheld-Lösung reduzieren. Dank dem geringeren Hardwareaufwand und der größeren Skalierbarkeit sind in Spitzenzeiten, wie etwa im Weihnachtsgeschäft und danach bei den Retouren, rasche Erweiterungen möglich.

DIE ARBEIT ERLEDIGEN

Mithilfe von robusten, zuverlässigen Zebra-Lösungen, darunter die Touch-Computer TC70 und TC51 sowie der GK420D Desktopdrucker, konnte Doddle die durchschnittliche Transaktionsdauer auf 1 Minute 48 Sekunden bei Abholungen und 1 Minute 15 Sekunden bei Retouren verkürzen. Da keine stationäre Hardware mehr erforderlich ist, senkte Doddle seine IT-Investitionskosten um 50 % und verkürzte die Vorlaufzeit für die Eröffnung neuer Standorte.



Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, wie Doddle mithilfe von Technologie die Transaktionsdauer für Click & Collect und Retouren verkürzt, klicken Sie [hier](#).

AUSBAU DES WETTBEWERBSVORTEILS

Der Online-Handel wächst ständig, und zwar deutlich stärker als erwartet. Der Zeitpunkt ist günstig, in Technologie zu investieren, die Ihre Click & Collect-Strategie unterstützt, Einzelhandelsabläufe optimiert und für ein besseres Kundenerlebnis sorgt. Click & Collect wird mehr und mehr zum Standard – wer das Konzept überzeugend und gewinnbringend umsetzt, kann sich im Wettbewerb behaupten.

Angesichts immer kleinerer Margen können sich Einzelhändler mithilfe von Click & Collect Anteile von reinen Online-Anbietern und solchen Händlern mit Ladengeschäften sichern, die in Bezug auf den digitalen Wandel weiter abgeschlagen sind.

Natürlich ist es unmöglich, die Zukunft des Einzelhandels zuverlässig vorherzusagen. Eines scheint jedoch sicher: Wer flexibel bleibt und auf das kontinuierliche Wachstum des Omni-Channel-Shoppings vorbereitet ist, kann sein Unternehmen am besten zukunftssicher machen und seine Gewinne schützen.

BEST PRACTICES FÜR GEMISCHTE KANÄLE:



Ermöglichen Sie es Kunden mit einer Auswahl von Optionen wie Lieferung ans Auto, Abholung im Geschäft oder Schließfächer, Online-Bestellungen in beliebigen Filialen abzuholen bzw. zurückzugeben. Im Geschäft muss die Abholung auch für Erstkunden schnell und intuitiv ablaufen.



Maximieren Sie Ressourcen in Filialen durch die Kommissionierung von Bestellungen aus internen Beständen, indem Sie Ihre Mitarbeiter mit geeigneter Technologie zur schnellen Abwicklung von Click & Collect-Bestellungen ausstatten.



Investieren Sie so bald wie möglich in Technologie wie Scanner, mobile Computer, Tablets, mobile Drucker und RFID, um für Bestandstransparenz zu sorgen, Waren dorthin zu schicken, wo sie gebraucht werden, und noch verkäufliche Artikel so schnell wie möglich wieder in den Bestand einzugliedern.



Stellen Sie sicher, dass Umsätze durch Retouren nicht beeinträchtigt werden und finanzielle Vorteile teamübergreifend vorhanden sind, um Datensilos und kanalübergreifende Interessenkonflikte zu vermeiden.



Über Click & Collect und Retouren gesammelte Daten sind wertvoll für Einzelhändler, da erweiterte Analysen Einblicke in die Verbrauchernachfrage liefern können, um die zukünftige Strategie festzulegen.

Bringen wir Ihre Omni-Channel-Bestellabwicklung voran.

In Bezug auf den digitalen Wandel müssen Sie Ihren Einsatz erhöhen. Doch wenn die Marge darunter leidet, ist das weder mittel- noch langfristig tragfähig. Zebra weiß, wie Sie mithilfe von Technologie in Click & Collect für mehr Genauigkeit, Effizienz und Produktivität sorgen können, und wir helfen Ihnen bei der Implementierung einer profitablen Omni-Channel-Bestellabwicklung.

Besuchen Sie uns auf www.zebra.com/retail

Sie haben es in der Hand. Mit Zebra.



Zentrale Nordamerika und Unternehmenszentrale
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Zentrale Asien-Pazifik
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Zentrale EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Zentrale Lateinamerika
+1 866 230 9494
la.contactme@zebra.com

ZEBRA und der stilisierte Zebra-Kopf sind Marken von Zebra Technologies Corp., die in vielen Ländern weltweit eingetragen sind. Alle anderen Marken sind im Besitz der jeweiligen Eigentümer. ©2021 Zebra Technologies Corp. oder verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

