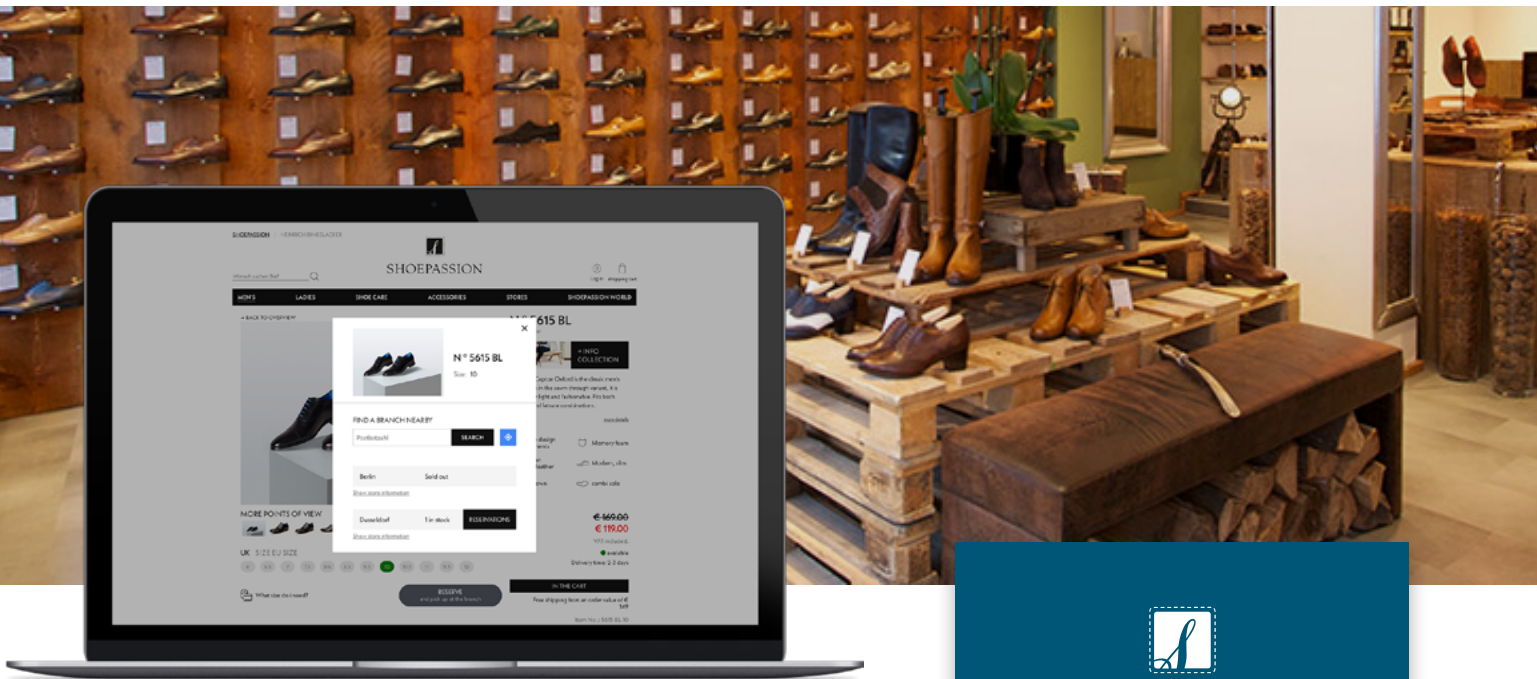


Online Reservieren und im Geschäft abholen - Luxus-Schuhmarke gelingt Umsetzung binnen eines Monats



„Von der Planung bis zur Markteinführung im ersten Ladengeschäft haben wir Click & Reserve in einem knappen Monat umgesetzt, der Netto-Arbeitsaufwand war letztlich eine gute Woche. Die Integration von Click & Reserve in weiteren Ladengeschäften schreitet seither rasch voran und dauert weniger als eine Stunde. Shopgate hat unsere Erwartungen übertroffen und die intern befürchtete Komplexität dieses Projekts erheblich reduziert, was uns wertvolle Zeit und zahlreiche technische Probleme erspart hat.“



JULIUS JÜPPNER

Head of Online Marketing, Shoepassion



SHOEPASSION

Kundenprofil

Shoepassion wurde 2010 als ursprünglich reiner Online Versandhandel und Hersteller von handgefertigten Designerschuhen gegründet. Das daraus entstandene Unternehmen, ansässig in Berlin, betreibt heute zusätzlich neun stationäre Filialen in den größten Städten Deutschlands und in Österreich.

Immer mehr Händler suchen nach einer Strategie, um das Einkaufserlebnis für ihre Kunden zu vereinfachen. Dabei entscheidend ist die Auswahl der richtigen Technologie, die die nahtlose Verknüpfung der Off-, Online- und mobilen Kanäle im Front- wie in den Backend-Systemen des Einzelhändlers vereinheitlicht.

Kunden die Möglichkeit zu bieten Artikel online zu reservieren und im Geschäft aus- und anzuprobieren garantiert nicht nur ein großartiges Käuferlebnis, sondern verringert auch die Anzahl der Retouren - und das nicht nur im Bereich Luxusmode. Der Einzelhändler profitiert außerdem durch Click & Reserve von mehr Besuchern in seinen Filialen, einem vereinheitlichten Blick auf sein Inventar und von einer nachhaltigen Steigerung des "Customer-Lifetime-Value".

Die größte Herausforderung einer Click & Reserve-Implementierung ist für die meisten Einzelhändler die Vermeidung zweier Dinge: Erhebliche technische Risiken bei der Migration vorhandener Systeme und zu hohe Aufwände für interne Ressourcen was vom Managen des Tagesgeschäfts ablenkt.



Die größten Bedenken

„Wir wollten unseren bereits sehr beliebten Webshop nutzen, um mehr Besucher auf unsere Ladenflächen zu bringen. Wir hatten jedoch keine Ahnung, wo wir anfangen sollten und welche Auswirkungen dies auf unsere internen Ressourcen haben würde. Für uns stellte sich die Frage, ob wir selbst eine maßgeschneiderte Lösung entwickeln sollen, die sich dann in unsere bereits bestehenden Systeme integriert oder nicht?“



Der Onboarding Prozess in der Realität

„Vom ersten Tag an hatten wir das Gefühl, mit einem echten Partner zusammenzuarbeiten. Shopgate verstand unsere Branchen- und Businessanforderungen und machte die Komplexität der Prozesse für uns quasi unsichtbar, was den Vorteil hatte, dass wir uns weiter auf unser Tagesgeschäft konzentrieren konnten. Nicht nur das Team war sehr hilfsbereit und organisiert, sondern auch das Produkt machte es einfach, unseren Webshop entsprechend anzupassen und mit vorhandenen Back-Office-Systemen zu verbinden. Wir sind nun perfekt aufgestellt und rollen ROPIS aktuell auch auf alle unsere Filialen aus - über Telefon und in nur einer Stunde pro Filiale!“



Die realisierten Vorteile

„Wir erhalten eine bessere Übersicht darüber, wie sich unsere digitalen Marketingmaßnahmen auf die Besuche und Verkäufe unserer Filialen auswirken. Das gibt uns einen ganzheitlichen Blick auf die Kaufprozesse und -vorlieben unserer Kunden. Auch unsere Performance-Marketing-Kampagnen profitieren messbar von den kanalübergreifenden Berührungspunkten. Das hilft uns auch dabei, gezieltere Entscheidungen zu treffen, welche Online-Kanäle messbare Auswirkungen auf unsere Filialen haben. "which online channels have measurable impact on our stores.“