

PRESSEMITTEILUNG

Internet World Messe veröffentlicht Checkliste für Multichannel-Händler: Lückenlose Customer Journey dank Smartphone

München, 13. Januar 2014 – Über das Smartphone können heute immer mehr Menschen zu jeder Zeit und an jedem Ort erreicht werden. Immerhin besitzen laut Bitkom (Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.) rund 40 Prozent der Deutschen ein solches internetfähiges Telefon – und die meisten davon benutzen es täglich. Grund genug, diesen Kanal auch zur Kommunikation mit dem Kunden zu nutzen. Denn gerade für Multichannel-Händler bietet das Smartphone die Chance, bislang anonyme Kunden in ihrem Cross-Channel-Verhalten zu identifizieren und damit kennenzulernen. Erstmals ist es möglich, die Customer Journey auch kanalübergreifend zu betrachten, auszuwerten und Rückschlüsse zu ziehen. Die E-Commerce-Messe Internet World gibt Händlern praktische Tipps, durch welche Maßnahmen sie ihre Kunden besser kennenlernen können und wie das kostenlose WLAN im Ladengeschäft oder im Showroom des Onlinehändlers nicht nur zum Kundenservice, sondern auch zum Marketing-Instrument wird.

Mobile als Brücke zwischen Online/Offline

Mit einem sogenannten Browser-Fingerprint ist es heute technisch möglich, ein Smartphone zu erkennen, das sich im WLAN befindet. Die Wirkung verschiedener Werbemittel kann kanalübergreifend gemessen werden, wenn z.B. über ein Smartphone ein Newsletter geöffnet wurde, ein und dasselbe Gerät dann im stationären Shop erkannt wird und am Ende via mobile Payment bezahlt. Wer in der Lage ist, diese technischen Informationen auszuwerten, ist auch befähigt, die Kunden darüber zu identifizieren und über mehrere Kanäle hinweg zu verfolgen. So werden zukünftig Zusammenhänge im Nutzerverhalten schwarz-auf-weiß nachweisbar.

Mit dem Smartphone mehr Verkaufsargumente am POS

Doch das ist nicht alles: Denn beliebte und die Kaufentscheidung in hohem Maße beeinflussende Social Commerce Features wie Bewertungen, Ratings, Kommentare, Produktvideos etc. können dank mobiler Devices nun auch am stationären POS bereit gestellt werden und sorgen für zusätzliche Verkaufsargumente. Produkte werden z.B. über Etiketten, Barcodes oder QR-Codes über das Smartphone abrufbar und der Kunde erhält darüber zusätzliche Beratungskompetenz. Zudem sind im Ladengeschäft oft nicht alle Varianten ausgestellt. Auch hier helfen mobile Devices, sich ein Bild von einem erweiterten Sortiment zu machen.

Mobile Payment vervollständigt die Customer Journey

Auch als Zahlungsmittel werden Mobilgeräte heute immer häufiger eingesetzt und erlauben dem Händler, den bislang unbekanntem Kunden an der Kasse zu erkennen. Identifiziert über die App kann der Einkauf nun einem Kunden zugeordnet werden und vervollständigt die Customer Journey. Das ganze wiederum dient der Ergänzung der Nutzerprofile und der Verbesserung von Personalisierungen. Empfehlungsmarketing erhält neue Impulse und die Relevanz wird erhöht.

Checkliste für Multichannel-Händler, ihre Kunden besser kennenzulernen:

- ✓ Bieten Sie Ihren Kunden kostenlosen Internet-Zugang in Ihrem Laden.
- ✓ Nutzen Sie den Browser-Fingerprint, um Smartphones in Ihrem WLAN zu identifizieren.
- ✓ Animieren Sie Ihre Kunden durch Hinweise im Geschäft, Social Features aus Ihrem Online-Shop zu nutzen.
- ✓ Statten Sie Ihre Produkte mit Barcodes aus, die den Kunden ohne Umwege zu den Produktinformationen führt und bieten Sie Produkt-Varianten online an.
- ✓ Nutzen Sie die neuen Kundeninformationen, um situativ und individuell Werbeinformationen über verschiedene Kanäle zu lancieren.
- ✓ Bieten Sie in Ihrem Shop mobile Payment via Smartphone – so erhalten Sie die Chance auf eine lückenlose Customer Journey.

Links

<http://www.internetworld-messe.de>

<http://www.facebook.com/InternetWorldMesse>

<http://twitter.com/iwkongress>

Über die Internet World Messe

Bereits seit 1997 ist die Internet World Messe die Veranstaltung für Internet-Professionals und Treffpunkt für Entscheider auf Anbieter- und Anwenderseite. Im Jahr 2014 öffnet die E-Commerce Messe Internet World vom 25.-26. Februar auf dem Münchener Messegelände bereits zum 18. Mal ihre Tore. Die Themenschwerpunkte der Messe sind Shopssoftware & Technik, Payment & Logistik, Usability, Online Marketing, Social & Mobil. Die Messe wird begleitet von einem hochkarätigen Kongress, der unter dem Motto „Die Zukunft des E-Commerce“ steht. Veranstalter der Internet World ist die gleichnamige Fachzeitschrift INTERNET WORLD Business.

Pressekontakt

Vera Vaubel

Tel.: +49 (89) 98103987

Fax: +49 (89) 98103988

E-mail: medienberatung@vaubel.de

Vaubel Medienberatung GmbH

Gumpfenbergstr. 6, 81679 München

<http://www.vaubel.de>

Unternehmenskontakt

Regina Reitzer

Tel.: +49 (89) 74117-128

Fax: +49 (89) 74117-448

E-mail: regina.reitzer@nmg.de

Neue Mediengesellschaft Ulm mbH –
Kongresse & Messen

Bayerstraße 16 a, 80335 München

<http://www.nmg.de>