

MULTICHANNEL VIRTUELLES SHOPPING

Erweiterte Einkaufswelten

Ob QR-Shopping oder Mobile Couponing – die mobilen Medien eröffnen dem Handel neue Optionen, um ortsungebunden und unmittelbar mit den Kunden zu kommunizieren.

Vorausgesetzt, die bisherigen Ansätze münden in durchdachte, professionelle Konzepte.

Klaus Manz

„Die Kundenansprache auf dem Mobiltelefon verspricht eine Up-Selling-Chance.“

Patrick Setzer
Geschäftsführer
Bonusmagnet Networks GmbH



Code-Aufkleber für das Gehäuse. Geht die Tinte aus, muss er nicht langwierig nach dem richtigen Patronen-Modell suchen, sondern kann den Code scannen und direkt bestellen. „Sinnvolle Konzepte, einfache Prozesse, klare Nutzenversprechen für die Kunden sind die Erfolgskriterien“, so Anderheggen.

Geldbörse wird virtualisiert

Auch auf digitale Coupons setzen die Anbieter mobiler Dienste große Hoffnungen. In Deutschland werden jährlich rund 10 Mrd. gedruckter Coupons gestreut, die Einlösungsquoten bewegen sich bei rund einem Prozent. Gleiches gilt auch für die

USA. Dort allerdings wird schon häufiger digital bonifiziert, und dort wird fast jeder zehnte digitale Coupon eingelöst. Für weiteren Auftrieb könnten künftig die „virtuellen (Geld-)Börsen“ sorgen – also zum Beispiel „Google Wallet“ oder die von Apple entwickelte Plattform „Passbook“, die als digitaler Aufbewahrungsort für Kundenkarten, Coupons oder Event-Tickets fungieren soll. Solche Dienste könnten dem Kunden das Gutschein-Handling erleichtern und die Akzeptanz von Gutscheinen erhöhen.

Ein Lösungsanbieter für digitales Couponing ist Bonusmagnet Networks, Hamburg. Die Firma stellt den Verbrauchern eine App zur Digitalisierung von Kundenkarten, Mitgliedskarten oder Bonuskarten zur Verfügung. Händler können innerhalb der App werben und so neue Kunden generieren bzw. über eine „White-Label“-Lösung die eigene App um digitale Coupons oder Kundenkarten erweitern – inklusive ortsbasierter Angebote: Zum Beispiel kann einem in der Nähe befindlichen Autofahrer per „Push Notification“ die Information auf sein Handy gespielt werden, dass der Besuch einer Tankstelle mit einer Gratis-Tasse Kaffee belohnt wird. Ein entsprechender Test bei einem Tankstellen-Betreiber ist in Vorbereitung. Patrick Setzer, Geschäftsführer von Bonusmagnet, meint: „Eine solche Kundenansprache auf dem Mobiltelefon verspricht dem Händler eine signifikante Up-Selling-Chance“.

Digitale Kundenkarte

Seit Anfang 2012 hat zum Beispiel der Hamburger Multichannel-Händler Golf House (Versandgeschäft und bundesweit 16 Filialen) mit Bonusmagnet verschiedene Mobile Couponing-Angebote gestartet und über

eine digitale Kundenkarte unterschiedliche Rabatt-Coupons angeboten. „Die ersten Tests waren vielversprechend – wir glauben und merken deutlich, dass das Thema Mobile Couponing auch in unserer Zielgruppe stark wächst und dass wir dabei sein wollen und müssen“, erklärt Sven-Hendrik Timmermann, Bereichsleiter Versandgeschäft & Neue Medien bei Golf House.

Einstieg in Augmented Reality

QR-Shopping und digitales Couponing sind Bausteine einer Entwicklung, die die Shopping-Welt zunehmend verändern wird. Das Stichwort lautet „Augmented Reality“, also die Ergänzung der realen Wahrnehmung beim Einkauf durch virtuelle, interaktive Inhalte.

Dafür gibt es vielfältige Ansätze. Etwa die Option, per Live Stream Freunde in die eigene Shopping-Tour mit einzubinden und an Kaufentscheidungen zu beteiligen. Oder in Echtzeit die Erfahrungen von Facebook-Freunden mit einem Produkt abzurufen. Oder eine Uhr aus dem Katalog virtuell auf das eigene Handgelenk zu projizieren.

Das sind nur einige von vielen Beispielen. Dr. Michael Klein, Direktor des Frankfurter Instituts für Neue Medien und ebenfalls Referent auf der EHI-Tagung, empfiehlt dem Handel, diese Entwicklungen genau zu verfolgen: „Bauen Sie Kompetenz auf, aber bleiben Sie authentisch und steigen Sie nur dann in Experimente ein, wenn Sie genügend Spielgeld haben und wenn bei Ihren Kunden eine entsprechende technische Affinität vorhanden ist.“

Foto: Shoppgate



Mobile Couponing bei Golf House

redaktion@ehi.org