

Kostengünstige Wege der Produktinformation

Videos als Abverkaufshilfe: Dass das funktioniert, haben viele Markenartikler erkannt und bieten dem Handel entsprechendes Equipment für die Präsentation am Point of Sale. Holger Schaffer und Andreas Günter von der Schneider Schreibgeräte GmbH bieten zur verkaufsfördernden Nutzung des Faszinationspoten-



Mit der neuen App sind Produktinfos ganz einfach verfügbar.

zials von Werbung per Video die „blukii Info App“ an. Holger Schaffer: „Einfache Videos können heute viel kostengünstiger produziert werden. Auf YouTube können diese dann kostenlos zur Verfügung gestellt werden und über das Mobilfunknetz von dort abgerufen und auf dem Handy gezeigt werden. Jetzt muss nur noch der richtige Impuls kommen, damit das Video zum richtigen Zeitpunkt bzw. am richtigen Ort in der richtigen Sprache auf dem richtigen Handy angezeigt wird. Genau das macht die blukii Info App!“ Mit dieser App wird die komfortable Nutzung eines kostengünstigen Informationskanals vom Produktmanager direkt zum Endverbraucher möglich. Wie das

funktioniert? Zuerst geht es um die Produktinformation. Die liefert der Produktmanager, stellt sie ins Internet – z.B. über YouTube oder Dropbox und wahlweise als Video, PDF-Datei oder HTML-Internetseite. Dann verlinkt er diese Informationen als „Info Provider“ über den blukii Info Manager (<https://manager.blukiiinfo.com>) mit einem EAN-Code, QR-Code, NFC-InfoPoint oder Bluetooth InfoCloud. Und da stehen die Infos dann für den Endverbraucher zur Verfügung – mit seinem Handy und der blukii Info App kann er alle Produktinformationen aus dem Internet herunterladen und anschauen. Holger Schaffer: „Die Information kommt in der richtigen Sprache – einstellbar sind Deutsch, Englisch oder Französisch. Ohne umständliches Suchen oder umständliche Adress-eingaben!“ Er empfiehlt, die kostenlose Info-App vom Google Play Store zu installieren: „Scannen Sie den EAN-Code der Schneider Schreibgeräte, zum Beispiel in einem Schreibwarenladen ein.“ Dann gelange man automatisch auf die Internetseite des Produktes. Somit bietet die blukii Info App die gleichen medialen Möglichkeiten wie TV-Werbung, wirkt jedoch gezielter im Moment der Kaufentscheidung und sprengt kein Marketingbudget..

www.blukii.com

Onlinehandel: Nachzügler holen auf

2014 konnte der Onlinehandel in Deutschland mit rund 42 Mrd. Euro einen Rekord verzeichnen. Auch für 2015 ist laut IFH-Hochrechnung mit einer weiteren Steigerung um rund 4,3 Mrd. Euro zu rechnen. Doch während das Marktwachstum insgesamt immer noch zweistellig ist und der deutsche B2C-E-Commerce-Markt von 2013 auf 2014 um rund 11 % gewachsen ist, zeigen sich in einzelnen Bereichen erste

Sättigungsanzeichen. Welche das sind, zeigt der „Branchenreport Onlinehandel 2015“ des IFH Köln. So sind die Onlineumsätze im Bereich Fashion & Accessoires 2014 deutlich unterdurchschnittlich gewachsen sind. 2013 konnten noch Zuwächse von knapp 15 % realisiert werden, 2014 war es nur noch ein Wachstum von 6,7 %. Trotz des erneuten Umsatzanstiegs sind also erste Sättigungsanzeichen zu erkennen. Ganz anders bei Lebensmitteln und Drogeriewaren (FMCG – Fast Moving Consumer Goods): Sie sind 2014 mit einem Plus von 22 % der absolute Umsatzgewinner. Auch weitere Nachzüglerbranchen konnten überdurchschnittlich wachsen: Vor allem die Sortimentsbereiche Schmuck & Uhren (+ 18,2 %) sowie Heimwerken & Garten (+ 16 %) haben zugelegt. Die IFH-Studie ermöglicht auch eine detaillierte Analyse auf der Ebene von 43 Konsumgütermärkten. Diese zeigt: Die deutschen Konsumenten haben 2014 vor allem Teppiche, Fahrräder und Wohnleuchten/Lampen vermehrt online gekauft. Diese Konsumgütermärkte wuchsen 2014 über 20 %. Unterdurchschnittlich gewachsen sind hingegen zum Beispiel Kinderbekleidung und Bücher.

www.ifhkoeln.de

Anzeige



WLAN für die Kunden im Handel

Kostenloses Kunden-WLAN wird bei Händlern und deren Kunden immer beliebter. 70 % der Kunden wünschen sich WLAN, um Wartezeiten zu überbrücken, Freunde und Familie nach deren Meinung zu fragen, Verfügbarkeiten abzufragen und eventuell vergriffene Stücke im Onlineshop des Geschäfts zu bestellen.

Auch für Händler selbst bietet Kunden-WLAN einen Vorteil. Laut einer Studie des Handelsverbands Deutschland sehen 80 % der Händler in WLAN einen Pluspunkt, da es die Verweildauer der Kunden im Geschäft erhöht. Außerdem bietet es Händlern die Möglichkeit, aktiv auf Preisvergleiche oder Angebote der Konkurrenz einzugehen. Viele Kunden entscheiden sich schon im Geschäft für ein bestimmtes Produkt, kaufen es jedoch nicht sofort, um zu Hause im Internet die Preise zu vergleichen. Können die Kunden direkt im Geschäft auf kostenloses WLAN zugreifen, ist es für sie möglich, dort zu vergleichen. Somit ergibt sich für den Verkäufer die Möglichkeit, auf das Angebot im Internet aktiv einzugehen. Bei dem Anbieten von Kunden-WLAN sollte dennoch unbedingt die aktuelle Rechtslage beachtet werden. Dabei handelt es sich um die sogenannte Störerhaftung. Sie legt fest, dass der Anbieter selbst, also der Händler, haftet, sollten die gesetzlichen Regelungen nicht eingehalten werden. Dazu zählt, dass der Anbieter seinen Anschluss „angemessen“ sichern und sich die Zusicherung von jedem Nutzer einholen muss, dass er keine Rechtsverletzung begeht. Der HotSpot-Anbieter Socialwave bietet die Lösung für rechtssicheres Kunden-WLAN im Einzelhandel. Das System besteht aus einem extra Router, der individuell für jedes Geschäft vorinstalliert wird. Anmelden kann sich der Kunde hierbei per E-Mail-Adresse oder per Facebook-Login. Die Anmeldung über Facebook ist nicht nur für den Kunden einfach, sondern bietet auch Vorteile für den Betreiber. Bei der Facebook-Anmeldung markiert der Nutzer die Facebook-Seite des Geschäfts automatisch mit „gefällt mir“, wodurch das Geschäft für potenzielle Kunden attraktiver wird.

www.socialwave.de



carrybag* frame gold/black

TrendSet München
Nordstil Hamburg
ambiente Frankfurt
Maison & Objet Paris
ILM Offenbach

reisen thel.com