



Onlineshop & Registrierkasse

Die gewinnbringende Verbindung von Online und Offline

„Ist ein Online-Auftritt sinnvoll?“

- „Aufwändig“
- „Rentiert sich nicht“
- „Nur die Großen machen das Geschäft“
- „Teure Investitionen notwendig“

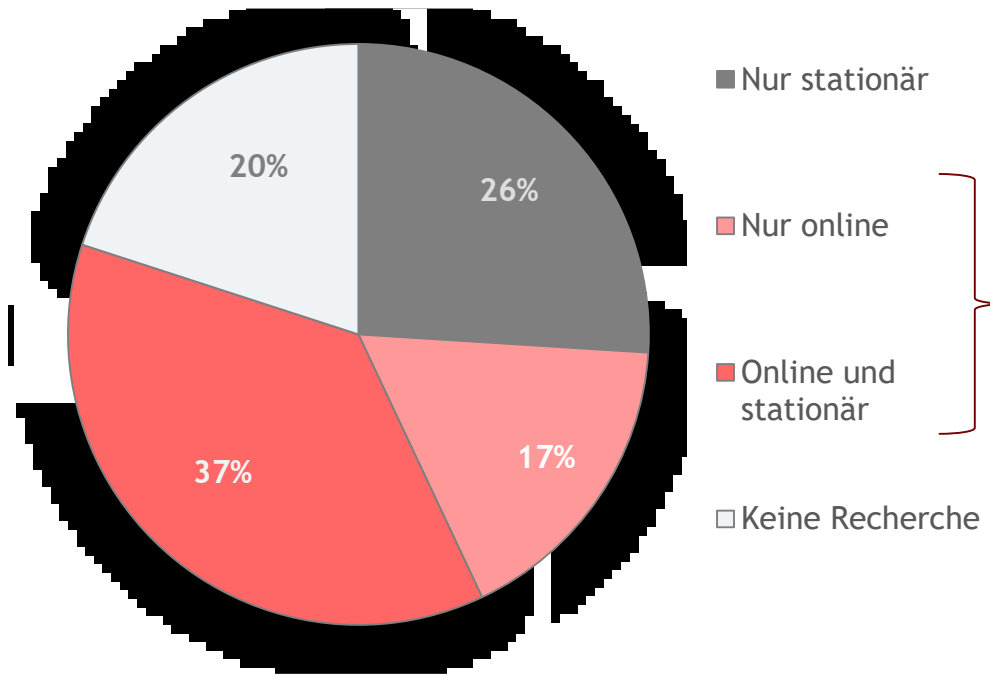


Auf lange Sicht aber:
Überlebensnotwendig



Der Kunde hat sich verändert

■ Kunden suchen gezielt nach Informationen im Kaufprozess:



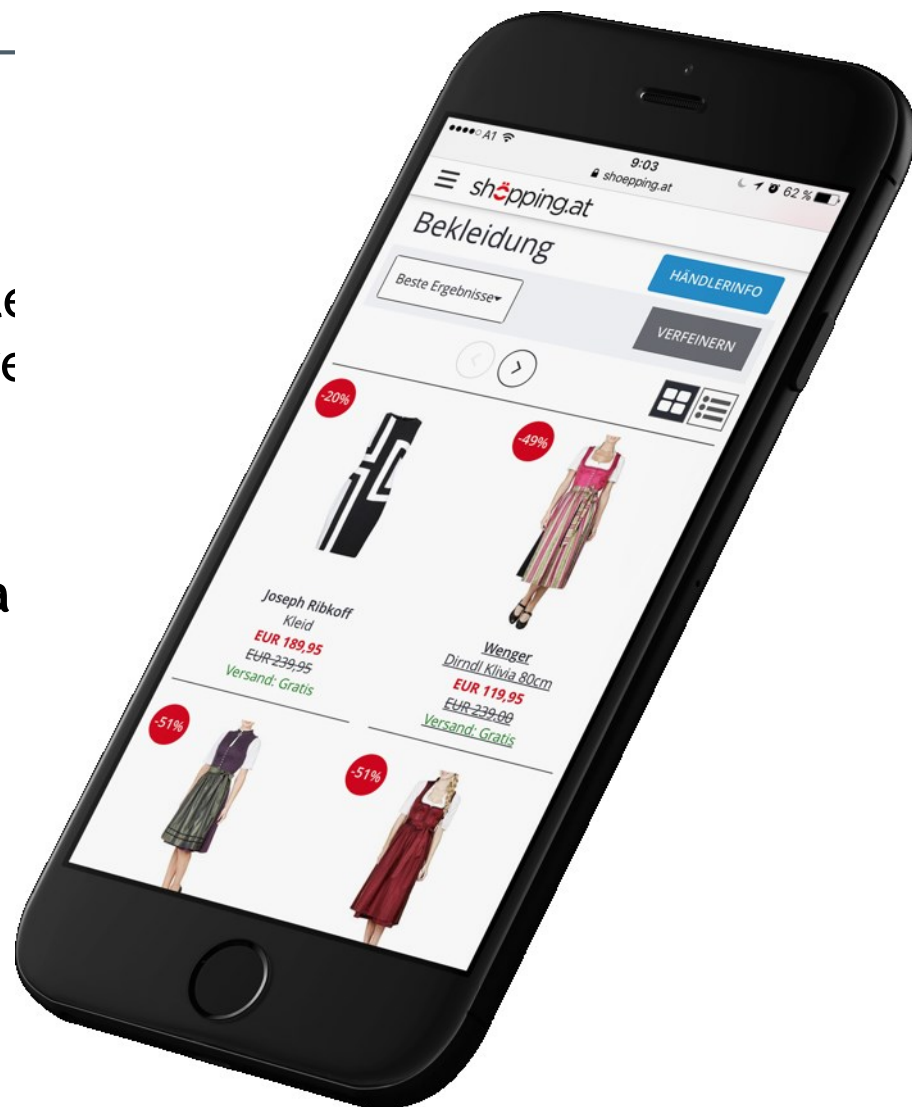
■ **54%** nutzen das Internet!

Quelle: Google - The Consumer Barometer Survey 2014/15, 6.218 Befragte
<https://www.consumerbarometer.com/en/graph-builder/?question=517&filter=country:austria>



Der Kunde hat sich verändert

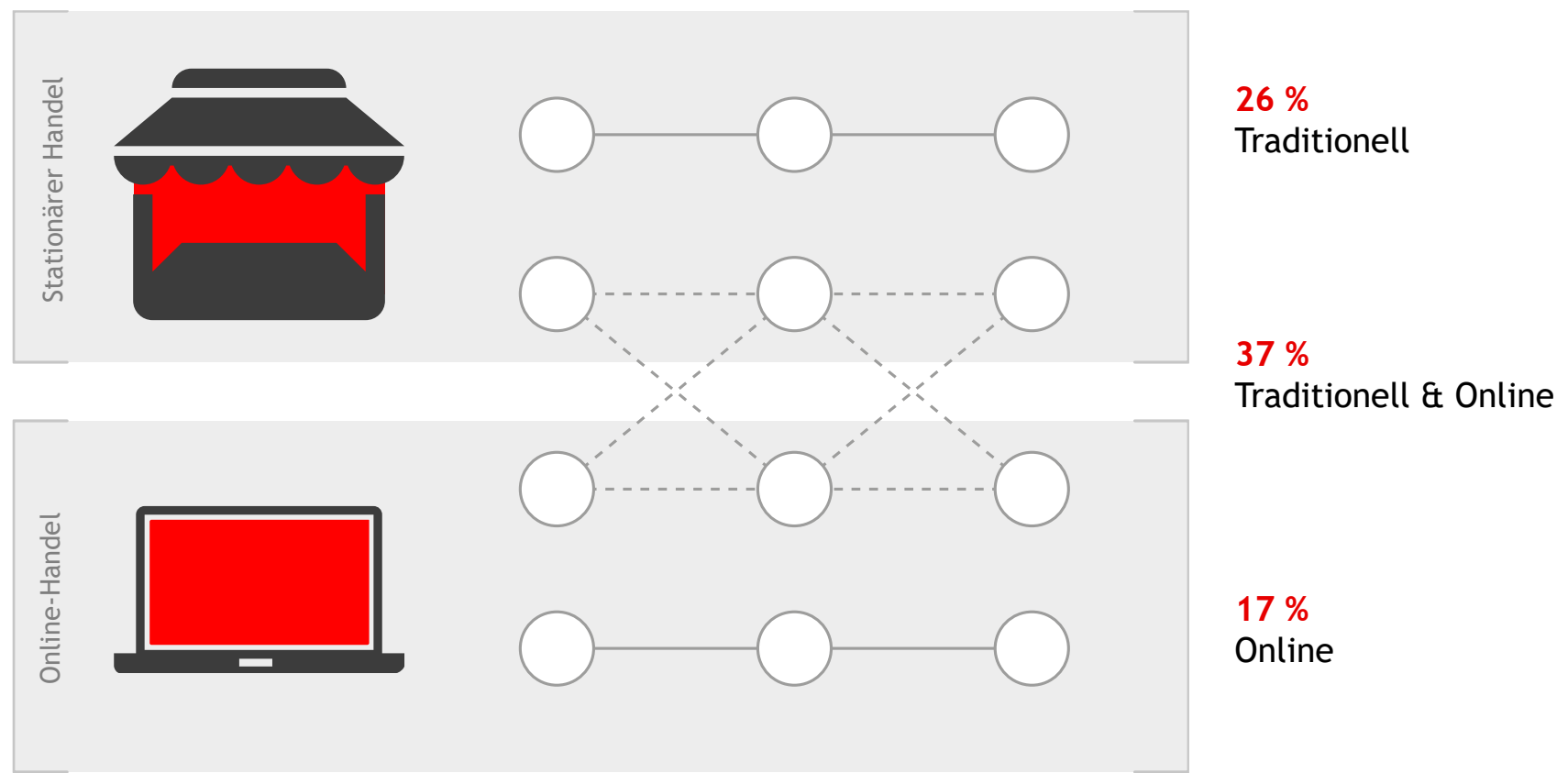
- **Starke mobile Nutzung**
 - Von **16% auf 30%** der Bestellungen in den letzten beiden Jahren
 - **52%** der Besuche
- Mobil als Informationskanal





Individuelle Kaufprozesse

- Der Kaufprozess des Kunden erfolgt über gänzlich individuelle Wege



Quelle: Google - The Consumer Barometer Survey 2014/15, 6.218 Befragte
<https://www.consumerbarometer.com/en/graph-builder/?question=517&filter=country:austria>
 Grafik in Anlehnung an Micha/Koppers (2016): Digital Adoption Retail, S. 58

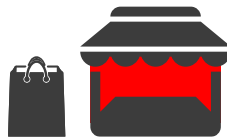
Neue Marktteilnehmer

- Kundenakquisition:
 - Suchmaschinen
 - und Soziale Netzwerke
- Absatzmittler:
 - Preisvergleichsportale
 - Empfehlungsplattformen
 - Marktplätze



Ein Kundenerlebnis

- Wesentliche Informationen leicht zugänglich machen
- Dort sein, wo der Kunde bereits ist
- Mit Service überzeugen



Online kaufen → in der Filiale abholen.



Online bestellen → in der Filiale kaufen.



Online bestellen → in der Filiale zurückgeben.

Handel goes
WWW

Wissen • Workshops • Webshops

Ja,
ein **Online-Auftritt**
ist sinnvoll!





Onlineshop & Registrierkasse

Die gewinnbringende Verbindung von Online und Offline