



Für das Omni-Channel-Werkzeugfachgeschäft wurde ein neues Ladenbau-Design entwickelt: Herzstück im neuen Store ist das Beratungspult mit der „Klartextzone“, das den USP, die Fachberatung, in den Mittelpunkt stellt.

3E

Verknüpfung von stationär, online und mobil

Das erste Omni-Channel-Werkzeugfachgeschäft Österreichs, der „Let's do it Store 4.0“, befindet sich derzeit in Arbeit und soll im März 2019 in Wels in Betrieb gehen.

Das Konzept fußt auf der bedarfsgerechten Fachberatung in Kombination mit digitalen Elementen. Ein Virtual Shelf, das sozusagen als „verlängerte Ladentheke“ ein Vielfaches des im Markt ausgestellten Sortiments bietet, ermöglicht die bequeme Bestellung von nicht lagernden Produkten, die je nach Kundenwunsch entweder nach Hause oder in das Fachgeschäft geliefert werden. Ergänzt wird die digitale Technologie von einer Reihe weiterer Features, die die Fachberater in ihrer Verkaufstätigkeit unterstützen und den Kunden ein Einkaufserlebnis und einen echten Mehrwert bieten werden.

Dazu zählt beispielsweise ein neues Modul namens „Put&Learn“, bei dem Produkte auf einer speziellen Arbeitsfläche platziert werden, und der zugehörige Screen zeigt dem Kunden alle relevanten Features – auch Produktvergleiche von mehreren Artikeln sind hier auf einen Blick möglich. Darüber hinaus wird es im Store 4.0 weitere Screens geben, die im Verkaufsgespräch unterstützend wirken, indem ein Fachberater beispielsweise von seinem Tablet oder Smartphone aus Produktvideos, passend zum gezeigten Gerät, abspielen und somit Funktionsweisen im Praxisbetrieb veranschaulichen kann.

Das „Herzstück“ des neuen Omni-Channel-Fachgeschäfts ist das Beratungspult in der Mitte des Verkaufsraumes. Für den Kunden ist schon ab dem Eingangsbereich und aus allen anderen Blickwinkeln des Geschäfts die zentrale Anlaufstelle gut sichtbar, wodurch auch eine bedarfsgerechte Fachberatung in jeder Situation gewährleistet werden kann.

Denn die Fachkompetenz der Verkaufsberater sowie das umfassende Service- und Dienstleistungsangebot stehen weiterhin an oberster Stelle.

Die ersten Schritte der Omni-Channel-Strategie erfolgten bereits im Frühling 2018 mit der Einführung des Webshops und einer eigenen Kundenkarte. „Mit diesem Konzept können wir künftig die eigenen Marktanteile absichern. Denn wir wollen den Kunden an jedem Punkt seiner Customer Journey begleiten und bedienen – sei dies stationär, online oder mobil“, ist 3e-Vorstand Markus Dulle überzeugt. „Nur wer kundenfreundliche Lösungen bietet, wird Kunden auch auf Dauer halten können. Die Umsätze in der Branche werden sich nicht großartig verändern, sondern nur zugunsten des Onlinehandels verschieben, und dafür sind wir mit dem Omni-Channel-Konzept gut aufgestellt.“

Die Kundenkarte wurde ausschließlich als App konzipiert, und damit hat die in Wels ansässige Verbundgruppe das erste Kundenkarten-System dieser Art für den österreichischen Werkzeugfachhandel geschaffen. Bei „Let's do it“ werden mit jedem Einkauf – ob stationär oder online – Punkte gesammelt, die je nach Kundenbedarf zu Gutscheinen umgewandelt werden können. Außerdem gibt es bei jeder neuen Aktion ausgewählte Produkte mit „PRO-Preisen“, die nur für Kundenkarteninhaber gelten. Darüber hinaus bietet die Kundenkarten-App den voll integrierten Webshop mit einem aktuellen Gesamtsortiment von aktuell mehr als 20.000 Artikeln, Tendenz steigend.

Durch den Einsatz dieser App wird das Kaufverhalten sowohl von online als auch offline getätigten Handlungen erfasst, wodurch in weiterer Folge maßgeschneiderte Services und Dienstleistungen ganz individuell per Newsletter regelmäßig angeboten werden. ■