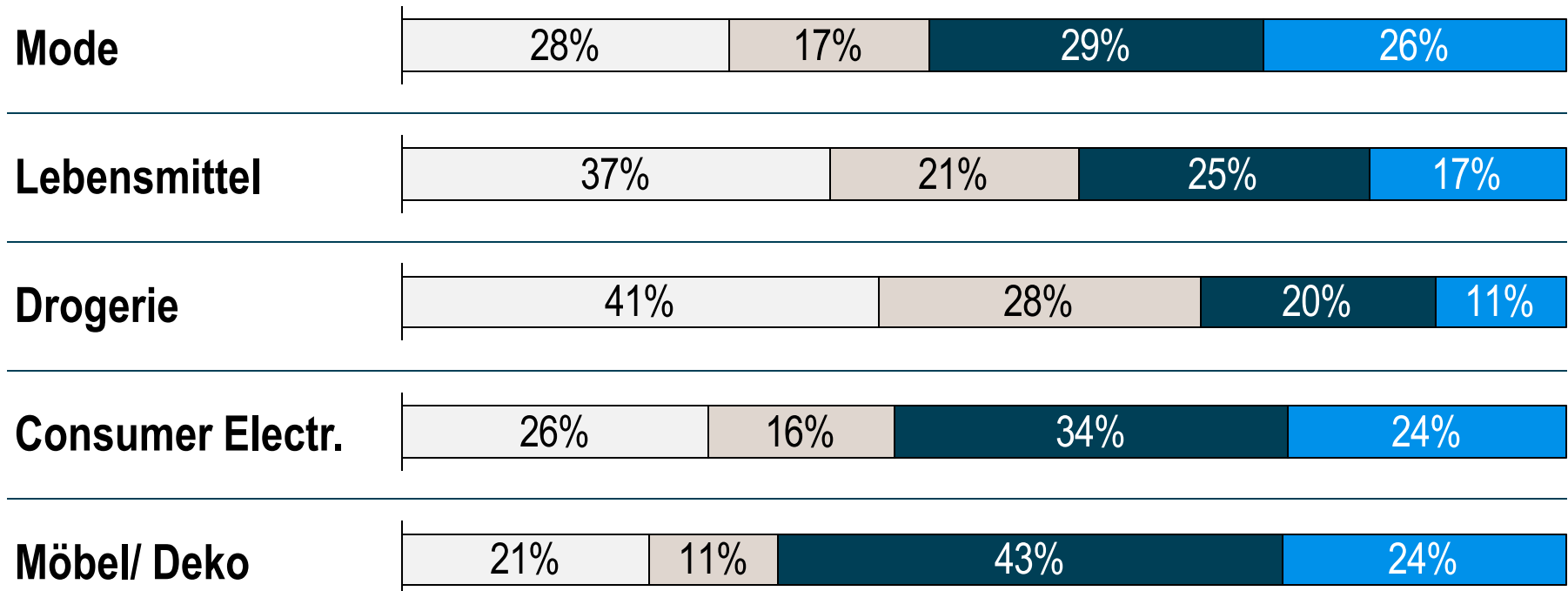


Die emotionale Komponente des Einkaufs variiert stark zwischen den Kategorien

Insight
4

Rational  Emotional

Vier Käufertypen: ----- **Effizient** ----- **Kostenbewusst** ----- **Maximalistisch** ----- **Impulsiv** -----



Stationäre müssen die Erfolgsfaktoren konsistent entlang spezifischer Customer Journeys einsetzen

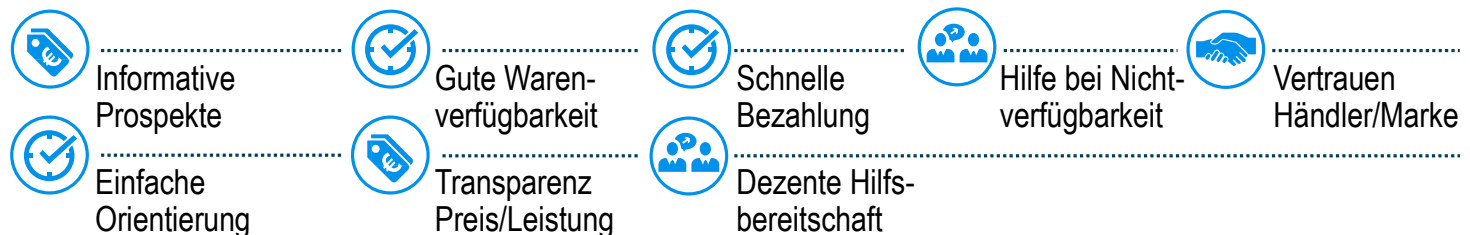


Erfolgsfaktoren: Impulsiv



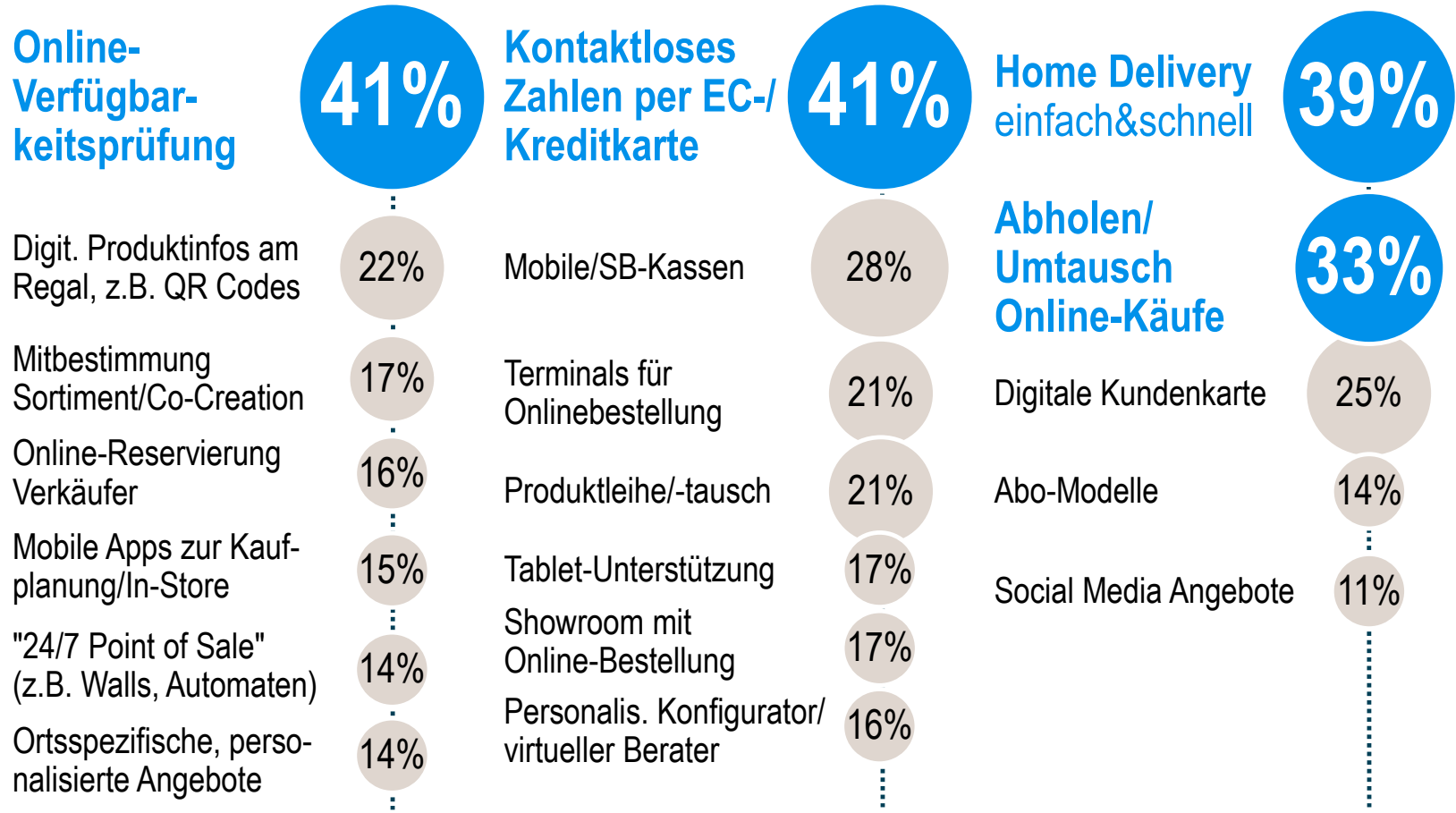
versus

Erfolgsfaktoren: Effizient



Neue Ideen im Stationärhandel bieten Mehrwert

Insight
5



Je Kategorie spezifische Ansatzpunkte für kundenrelevante Digitalisierung



| | Mode | Lebensmittel | Drogerie | Cons. Electr. | Möbel/Deko |
|----|-------------------------------|---|--------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| 1. | Online-Verfügbarkeitsprüfung | Kontaktloses Zahlen | Kontaktloses Zahlen | Online-Verfügbarkeitsprüfung | Kontaktloses Zahlen |
| 2. | Kontaktloses Zahlen | Digitale Kundenkarte | Digit. Produktinfos am Regal | Home Delivery einfach&schnell | Online-Verfügbarkeitsprüfung |
| 3. | Home Delivery einfach&schnell | Home Delivery einfach&schnell | Online-Verfügbarkeitsprüfung | Kontaktloses Zahlen | Home Delivery einfach&schnell |
| 4. | Ladenabholung Online-Käufe | "24/7 Point of Sale" (Walls, Automaten) | Ladenabholung Online-Käufe | Digitale Kundenkarte | Ladenabholung Online-Käufe |
| 5. | Online-Bestellterminals | Mobile/SB-Kassen | Showroom mit Online-Bestellung | Ladenabholung Online-Käufe | Terminals für Onlinebestellung |

= **Größter Unterschied zu anderen Kategorien**

Die stationäre Antwort auf Online – Drei Ansatzpunkte



Stationärformate zielkundengerecht weiterentwickeln

- > In Service investieren, zielkundenrelevante "Erlebnisse" schaffen
- > Digital gezielt aufrüsten – Nicht alles 'technisch Machbare' stiftet Mehrwert



Potenzial unerfüllter Kundenbedürfnisse erkennen

- > Customer Insights ausbauen, neue Methoden/ Datenquellen nutzen
- > Wünsche und Einkaufsverhalten der eigenen Zielkunden fokussieren



Mehr Innovation wagen, neue Ideen konsequent testen

- > Pragmatische und schnelle Übersetzung in Prototypen und Piloten
- > Kontinuierliches Finetuning – Keine Kompromisse bei Kundenrelevanz

Mit Open Innovation und Co-Creation zu neuen
Lösungen im Handel

┌

1. Wer ist HYVE?

2. Konsumenten im digitalen Zeitalter

3. Mit Open Innovation und Co-Creation
zu neuen Lösungen im Handel

4. Reinventing Retail zusammen mit der „CROWD“

5. Fazit

└

HYVE - the Innovation Company

HYVE Gruppe

Roland Berger
Strategy Consultants



HYVE ist eine Innovationsagentur (80 Mitarbeiter) mit Sitz in München, welche Firmen und anderen Institutionen im Bereich Innovation, online Marketing und Produktentwicklung berät und aktiv bei der Umsetzung ihrer Ideen unterstützt. HYVE integriert und bezieht Kunden, Nutzer, und Bürger aktiv in die Projekte mit ein und deckt durch diesen Ansatz lückenlos alle Bereiche von der Entstehung einer Idee und der Marktanalyse bis hin zu Produktentwicklung und Kommunikation ab.



HYVE [hei:f]
engl. hive: Bienenstock
engl. hype: im Trend liegend
finnisch hyve: die gute Tugend



*Innovations- und Marketing-
Forschung
Virtueller Kundendialog*

**HYVE
Innovation Research**

*Industriedesign und
Kreativberatung*

**HYVE
Innovation Design**

*Interne & externe Innovation
Communities und Social Media*

**HYVE
Innovation Community**



reddot design award
honourable mention 2010



Über 300 Kunden weltweit und 60% aller Dax-Unternehmen nutzen Produkte & Services von HYVE



HYVE Inside

Innovations that people
 love and need

HYVE - the innovation company.



┌

1. Wer ist HYVE?

2. Konsumenten im digitalen Zeitalter

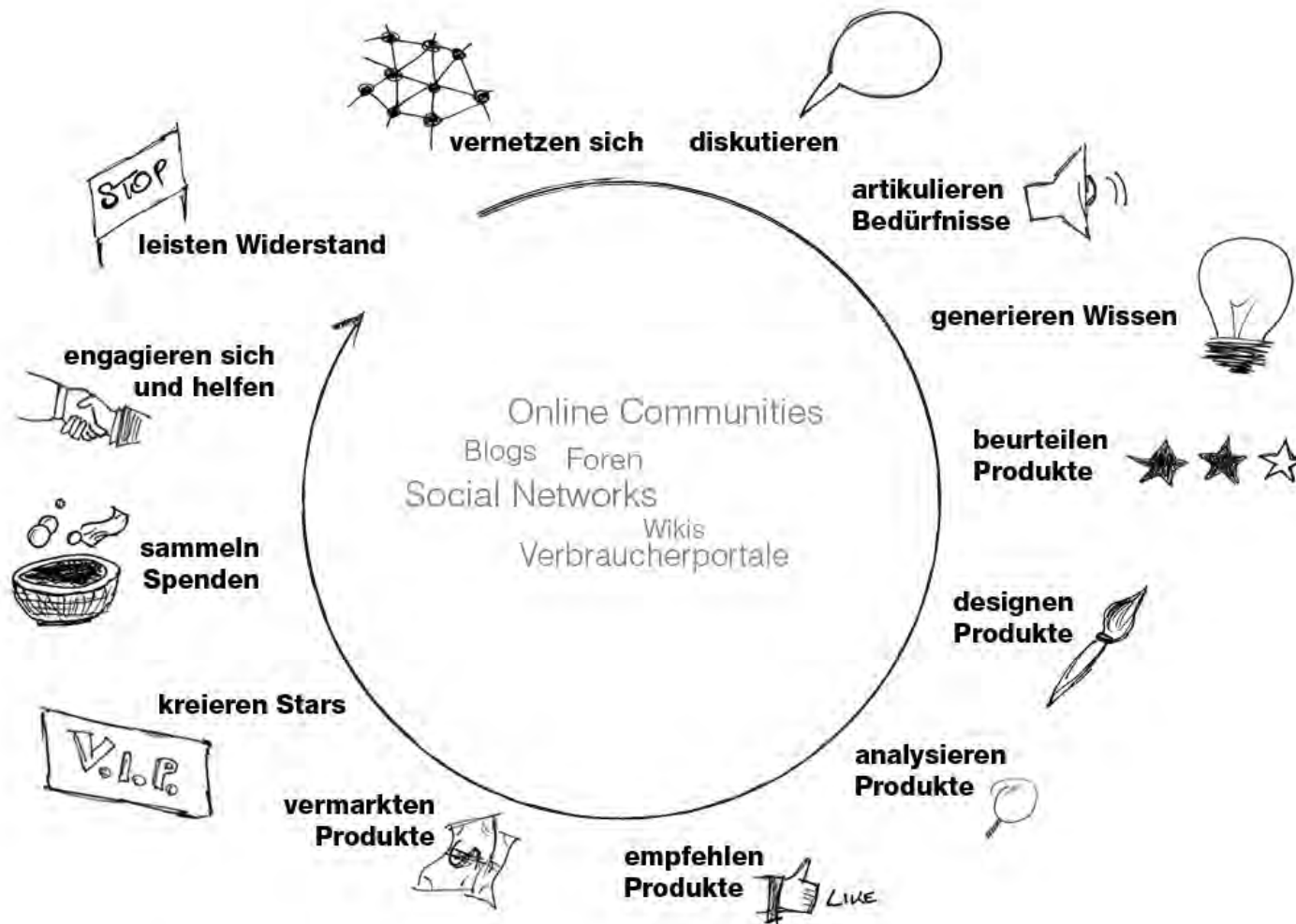
3. Mit Open Innovation und Co-Creation
zu neuen Lösungen im Handel

4. Reinventing Retail zusammen mit der „CROWD“

5. Fazit

└

Wie verhalten sich Konsumenten in Social Media Umgebungen?



Konsumenten im digitalen Zeitalter

Trolle in der Forendiskussionen

Saturn Berater trollen

Hallo

Mir war gerade langweilig und deshalb war ich im Saturn in der [PC](#) Abteilung.

Hab mir irgendeinen Verkäufer gesucht und ihn gefragt ob der PC neben mir gaminggeeignet ist.

-ja [klar](#).

-sicher?

-ja doch.

-mit einem Pentium?

-Der Pentium ist aktuell ein guter Prozessor?

-ach? Ich dachte das seien die [Intel](#) Cores?

-achso ja die auch.

-welcher Kühler ist denn da drauf?

-einer mit luft.

-Welcher? Uniskopisch oder Topblowend?

-ääh uniskopisch. (An dieser Stelle habe ich mich weggedreht damit der VK nicht sieht dass ich herzlich lachen musste)

-Ah gut. Wie ist denn der RAM getaktet?

-8 GB.

-ist das gut?

-besser wären 16. Wir bieten auch [passenden](#) RAM an.

-soso. Welche Grafikkarte ist drin?

-Steht doch da: HD 7770 (zur Info: Der PC war für 999 [ausgezeichnet](#)!!)

-ist die gut?

-ja

-mhm und das Netzteil?

-was ist damit?

-ist das gut?

-ja

-warum?

-acer verbaut nur [hochwertige](#) Netzteile.

-aha. Wieviel Watt hats denn?

-300

-soso.

-ja.

-Kann man den aufrüsten?

-bestimmt

-Welche Graka ist denn verbaut?

-Eine HD 7770.

-ist die gut?

-ja.

An der Stelle hatte ich mich genug amüsiert.

Also klärte ich diesen Honk auf.

-nein

-was nein?

-nein ist sie nicht?

-doch sie ist aus der aktuellen amd serie

-das ja aber eine umgelabelte 6000er.

-echt?

-Sicher dass der Rechner ein Gamer ist?

-ja da stehts doch.

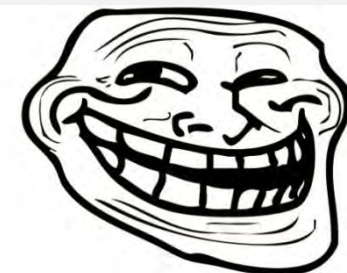
-Warum baut man dann einen i7 und eine miese Grafikkarte ein und verkquft das Ding für einen Tausender?

-weil ein i7 stark ist

-das ist er ja. Dumm nur dass ein i5 reicht. Danke ich schau mich woanders um. Tipp: Wenn man keine Ahnung hat wenigstens zugeben.

Looooo!!!!

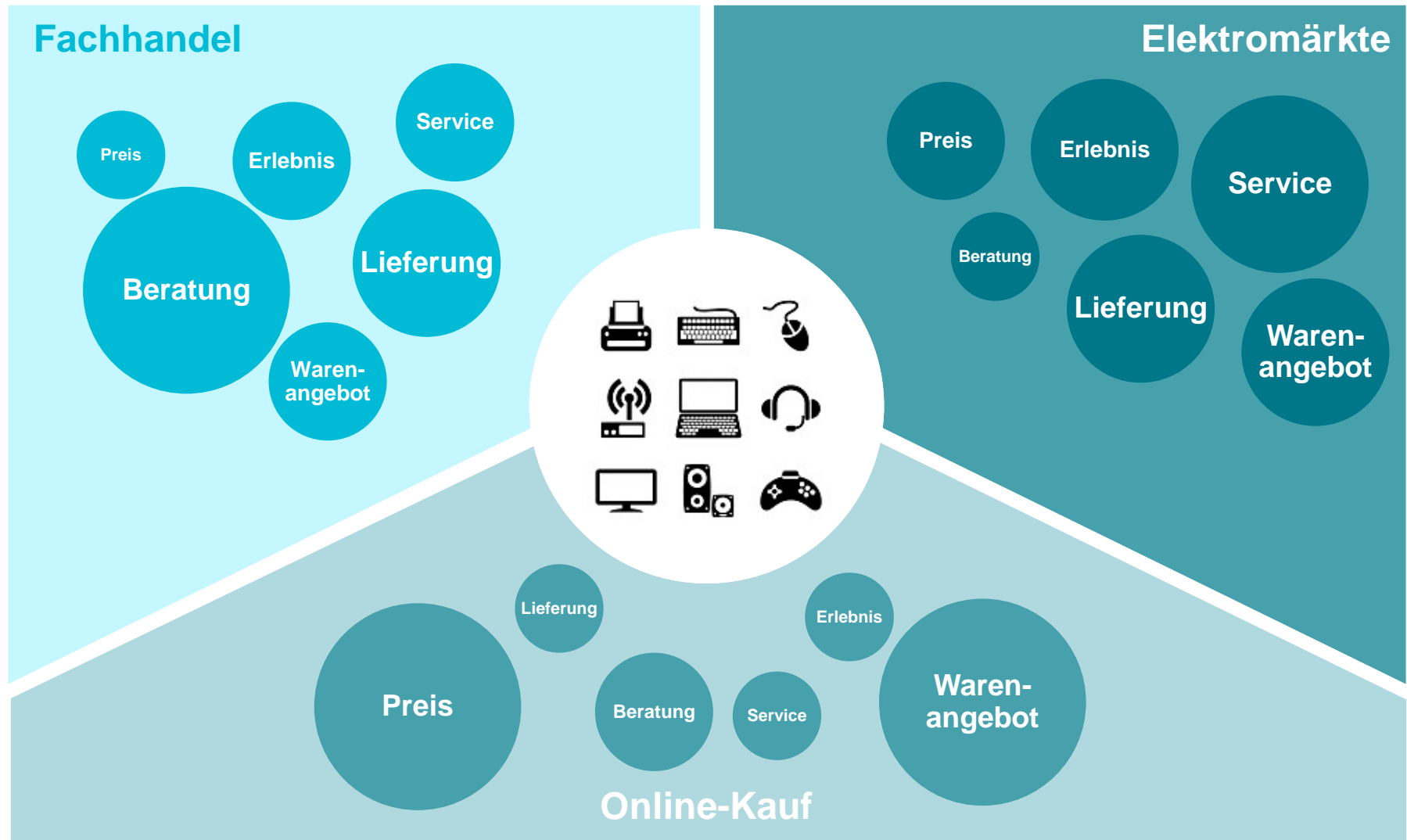
Greetz



<http://forum.chip.de/smalltalk/saturn-berater-trollen-1683592.html>

Konsumenten im digitalen Zeitalter

Kriterien für Shopwahl auf Basis von Blog- & Foreneinträgen



Studie: Reinventing Retail – Die stationäre Antwort auf Online.

Exklusive Studie von Roland Berger in Zusammenarbeit mit dem HDE und der HYVE AG