

Akeneo: 3 Tipps für eine verbesserte Customer Experience im Omnichannel

So schaffen Händler auch bei Shopping-Anlässen wie dem Schulanfang oder dem Jahresende ein perfektes Einkaufserlebnis - on- wie offline.

Düsseldorf – 16. August 2024_ Akeneo, die Product Experience Company, hat drei Bereiche identifiziert, in denen Unternehmen und Marken die Product Experience ihrer Kunden im Omnichannel verbessern können. So können sich die Händler noch besser auf Shopping-Anlässe – wie aktuell der Schulanfang (oder später im Jahr Black Friday sowie die Weihnachtszeit) – vorbereiten, die regelmäßig on- wie offline zu großen Käuferanstürmen führen.

Die Erwartungen der Kunden an ein persönliches Shopping-Erlebnis sind insbesondere zum Schulanfang sehr hoch. Neben einer perfekten digitalen Product Experience erwarten mindestens die [Hälfte der Kunden](#) im stationären Ladengeschäft ein vergleichbares Erlebnis. Werden diese Erwartungen nicht erfüllt, führt das zu Umsatzeinbußen, vermehrten Rückgaben und unzufriedenen Kunden. Die folgenden drei Bereiche bieten Händlern an dieser Stelle Optimierungspotenzial:

1. Verfügbarkeit von aktuelle Produktinformationen im Ladengeschäft

Daten zu Lagerbeständen, Produktmaterialien, Preisen oder verfügbaren Sonderangeboten, Farb- und Größenvariationen, Umweltauswirkungen oder Garantieleistungen sollten den Verkäufern bekannt sein. Denn mit Hilfe der Informationen können Verkäufer:

- auf Basis der Kundenbedürfnisse Chancen für Cross- oder Upselling erkennen.
- Kunden persönlich dazu beraten, welche Produkte am besten zu ihren spezifischen Bedürfnissen passen. Das führt zu geringeren Rückgabequoten und reduziert den CO₂-Fußabdruck.
- die Loyalität und das Vertrauen der Kunden stärken.

Für diese Leistungen ist die ständige Aktualisierung von Informationen in Echtzeit essenziell. Und das ist nur mit zentralisierten Produktdatensätzen möglich, die den Zusammenschluss von digitalen sowie physischer Kanälen oder sogar Einzelhändler unterstützen.

2. Umfassende Vermittlung der Markenwerte

Wenn Unternehmen die Werte ihrer Marke bei jeder Gelegenheit effektiv kommunizieren, unterstützt das die Verbesserung der Product Experience. Verpackungen und Marketingmaterial mit prägnanten Botschaften – zum Beispiel rund um CSR-Initiativen – können helfen, eine authentische Verbindung zu den Käufern herzustellen, die diese Werte teilen. Auch die Nachverfolgbarkeit von Produkten hilft, das Vertrauen der Konsumenten in die Marke zu stärken.

3. Einwicklung kohärenter, hybrider Einkaufserlebnisse zwischen Online- und Offline-Touchpoints

Im vergangenen Jahr nutzten [über 84 % der Verbraucher](#) das ROBO-Shopping (Research Online, Buy Offline), während [77 % der Verbraucher](#) online einkauften und den Artikel im Geschäft abholten. Durch diesen nahtlosen Übergang vom Online-Einkauf zum persönlichen Kontakt im Geschäft fördern hybriden Einkaufserlebnisse die Markentreue und das Vertrauen der Konsumenten. Gleichzeitig müssen Produktinformationen dafür über alle Kanäle hinweg besonders sorgfältig verwaltet und kommuniziert werden. Nur so stellen Händler sicher, dass der Kunde in jeder Phase eine fundierte Kaufentscheidung treffen kann.

Weiter Information finden Sie unter <https://www.akeneo.com/de/>.

Über Akeneo

Akeneo ist die Product Experience (PX) Company und weltweit führend im Bereich Product Information Management (PIM). Das Unternehmen ermöglicht es, jede Interaktion durch eine konsistente und überzeugende Product Experience in ein Kundenerlebnis zu verwandeln, das Verbraucher und Fachleute jederzeit und überall zum bestmöglichen Kauf führt. Akeneo unterstützt Führungskräfte mit Software, Schulungen und einer engagierten Community, die sich alle auf die Praxis des Product Experience Management konzentrieren.

Führende globale Marken, Hersteller, Distributoren und Einzelhändler wie Fossil, Intersport, KaDeWe, Liqui Moly, Snipes, Wüsthof vertrauen auf Akeneo, um ihre Omnichannel-Commerce-Initiativen zu skalieren und anzupassen. Mit der intelligenten Produkt-Cloud von Akeneo können Unternehmen ein optimales Produkterlebnis schaffen. Durch benutzerfreundliche und KI-gestützte Produktdatenanreicherung, Verwaltung, Syndizierung und Onboarding von Lieferantendaten sowie einen umfassenden App-Marktplatz und ein Partnernetzwerk, das die Anforderungen von Unternehmen und Käufern erfüllt. Für weitere Informationen: <https://www.akeneo.com/de/>