

## Multichannel-Vertrieb – und dann?

Die Kundschaft hat inzwischen oft die Wahl, ob sie lieber im Ladengeschäft vor Ort einkaufen oder online stöbern wollen. In Zeiten von Covid19 hat der Online-Handel einen extremen Zuwachs erfahren – Online-Shopping für viele Unternehmen eine wichtige Einnahmequelle geworden. Doch auch im Geschäft vor Ort sowie im Verkauf auf Social-Plattformen und digitalen Marktplätzen steckt viel Potenzial. Dabei müssen allerdings die Warenwirtschaftssysteme mitspielen – und die verschiedenen Verkaufskanäle „unter einen Hut“ bringen (siehe DV-Dialog 7-8/2022, Seite 10/11). Zwei Experten melden sich an dieser Stelle zu Wort: Ralf Wintrich.

Geschäftsführer von Intelligix und Markus Lohmann, Sales Director Germany bei der Düsseldorfer Niederlassung des US-Softwarehauses Manhattan Associates.

Im Fokus der Modernisierung sollten laut Wintrich „die aktuellen und künftigen Anforderungen der Kunden an das Einkaufserlebnis stehen – Stichwort ‚Customer Centricity‘. Mit Sicherheit werden digitale Touchpoints an Relevanz gewinnen, die das Shopping für die Kunden einfacher und transparenter machen. Neben Online-Shop und digitalem Schaufenster zählen dazu die mobile Beratung, die mobile Reservierung oder der mobile Check-out am Point of Sale.“

„Den ersten Schritt haben diese Unternehmen bereits gemacht, da sie die Bedeutung echter Omnichannel-Lösungen für eine stabile Kundenbeziehung erkannt haben“, ergänzt Lohmann. „Im Prinzip führt beim Aufbau einer funktionalen, zukunftsfähigen Omnichannel-Lösung kein Weg an Cloud-nativen Systemen vorbei.“

Wintrich empfiehlt auch eine digitale Kunden-App: „Sie eignet sich ideal als direkter Draht zum Kunden – und zusätzlich können dort die Belege aus online und offline Käufen übersichtlich für den Kunden an einem Ort zusammenlaufen.“ Weil aber auch der Einkauf über soziale Medien weiter wachse, müsse der Einzelhändler bei



**Ralf Wintrich**, Geschäftsführer der Intelligix IT-Services GmbH, rät zu digitalen Kunden-Apps.

der Modernisierung „einen IT-Partner finden, der Branchen- und Prozess-Know-how besitzt, die unterschiedlichen Tools durch offene Schnittstellen in einem System bündeln und flexibel auf die individuellen Wünsche des Einzelhändlers eingehen kann“.