

Medienbrüche vermeiden

Die Auswahl geeigneter Online-Marktplätze erfordert viel Sorgfalt

Digitale Projekte sprießen derzeit wie Pilze aus dem Boden. Online-Marktplätze bieten dem Handel Kooperationen an, und auch Verbände bemühen sich, ihren Mitgliedern aus dem stationären Handel den Anschluss an die digitale Welt zu vereinfachen. Wichtigstes Nutzenargument für derartige digitale Komplettangebote ist, den Konsumenten das Sortiment rund um die Uhr präsentieren zu können. Dazu gehören auch Optionen wie die Möglichkeit, Ware online zu bestellen und im Store abzuholen (Click & Collect). Außerdem ermöglichen diese Kooperationen dem Handel das Einsparen von IT-Entwicklungskosten.

„Bei genauerer Betrachtung solcher Kooperationen und Angebote werden die Unterschiede schnell deutlich. Entscheidend ist, wie gut sich die Sortimente eines bestimmten Händlers dabei durchsuchen lassen und ob die Click & Collect-Funktion überhaupt vorhanden ist“, sagt Dr. Bettina Weimann,



Dr. Bettina Weimann, Intelligix Marketingleitung: „Wichtig ist, auch an die nachgelagerten Prozesse zu denken.“

Marketingleiterin bei Intelligix IT-Services, Föhren. Kunden- und händlerfreundliche Lösungen erfüllen diese Kriterien und geben den Händlern zudem die Möglichkeit, weitere Services sowie deren Marken-Portfolio und Kontaktdaten zu kommunizieren. Positiv ist, wenn ihnen zusätzlich ein Link zum Online-Schau fenster zur Verfügung gestellt wird, den sie in die eigene Webpräsenz integrieren können.

Laut Weimann sind die Anbindungen der Handelsunternehmen an derartige Plattformen jedoch nicht immer so vorbildlich umgesetzt. Mitunter wird der Käufer dazu aufgefordert, über einen Button die Verfügbarkeit eines Artikels beim Händler seiner Wahl abzufragen. Ist die Ware nicht vorrätig, kann es vorkommen, dass ihm Wettbewerber aus seiner lokalen Umgebung mit verfügbarer Ware angezeigt werden. Bei Angeboten ohne Click & Collect-Funktion kann sich der Kunde nun auf den Weg zu einem der Geschäfte machen

oder zuvor telefonisch seine Reservierung abgeben, um sicherzugehen, dass er den gewünschten Artikel auch vor Ort noch erwerben kann. Ob sich der Aufwand der Anbindung an eine solche Lösung für jeden Händler lohnt, darf bezweifelt werden.

Auch die digitalen Prozesse hinter den Online-Schau fenstern sind laut Weimann „noch lange nicht zu Ende gedacht.“ Zwar werden die Händler zum Beispiel per Mail über eine Reservierung informiert, und der Artikel wird hausintern dann in der entsprechenden Abteilung oder an einem eigens eingerichteten Abhol schalter bereitgelegt. Doch wie zügig das Zurücklegen der Ware erfolgt, liegt in den Händen des Retailers. Das Problem: Bis der Kunde den Artikel tatsächlich abholt und bezahlt, ist der Artikel in der Warenwirtschaft weiterhin als Bestand registriert, weil eine Verknüpfung im Warenwirtschaftssystem nicht immer vorliegt. „Hier liegt ein digitaler Medienbruch vor, der häufig auch die Angebote zur verlängerten Ladentheke betrifft“, analysiert die Expertin.

Nicht zu vernachlässigen ist auch der Aspekt der Bestandsmeldungen, die in regelmäßigen zeitlichen Abständen an die jeweilige Plattform gesendet werden. Wenn dies nicht in Echtzeit erfolgt, sind Engpässe vorprogrammiert. Darauf sollten Händler bei der Anbindung achten. Ähnliches gilt auch für die Abverkaufsdaten, die von der Kasse an die Warenwirtschaft gesendet werden. „Sollte dies nur einmal täglich am späten Abend erfolgen, ist klar, dass die auf den Online-Plattformen abgefragte Verfügbarkeit fehlerhaft ist“, so Weimann weiter.

Die Fachfrau empfiehlt, sich bei den nachgelagerten Prozessen auf Handelsseite nicht mit der bloßen Übermittlung von Bestands- und Preisdaten zufrieden zu geben. Bei der technischen Umsetzung sollte die Benutzerfreundlichkeit im Fokus stehen und auf einheitliche nachgelagerte Prozesse geachtet werden. „Der richtige Ansprechpartner bei solchen Projekten ist meist der IT-Partner aus dem Bereich Warenwirtschaft.“ BR

Online bestellen, im Store abholen: eine attraktive Option. Doch die Prozesse dahinter müssen stimmen.
Foto: Fotolia/momius

