

# Herausforderung im Handel

An der digitalen Transformation, dem zunehmenden Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) sowie Predictive Analytics und den steigenden Kundenansprüchen für ein nahtloses und einheitliches Verkaufserlebnis führt in der Retail-Branche mittlerweile kein Weg mehr vorbei. Das meint jedenfalls Jörg Frisch, Managing Partner der Retailolutions GmbH. Hier seine wichtigsten fünf Retail-Trends:

## 1. Von Omni-Channel zu Omni-Business

Omni-Channel-Konzepte, also die nahtlose und prozessuale Verknüpfung der verschiedenen Vertriebskanäle, entwickeln sich weiter in Richtung Omni-Business. So steht mittlerweile die nahtlose Integration aller Geschäftsprozesse und Systeme – im Front- und Backend – im Fokus. Dabei helfen digitale Technologien und intelligente Datenanalysen, einen hohen Vernetzungsgrad über alle Stufen der Wertschöpfung zu erzielen. Nur so lassen sich stetig wandelnde Kundenbedürfnisse berücksichtigen. Zudem können durch Omni-Business und intelligente Wertschöpfungsketten Lager- und Restpostenbestände reduziert werden.

## 2. Effiziente Nutzung von Data Analytics

Die digitale Transformation ermöglicht auch eine noch effizientere Nutzung von Data Analytics. Technologien wie Predictive Analytics oder KI ermöglichen es, Kundendaten zu analysieren, auszuwerten und so die Wertschöpfungsprozesse zu optimieren. Vor allem stationäre Händler sind hier gefordert, da Online-Anbieter die Daten ihrer Kunden gezielter erfassen und Bedürfnisse sowie Einkaufsverhalten besser auswerten können. Denn nur wer die eigenen Kunden versteht, bleibt langfristig wettbewerbsfähig.

## 3. Cybersecurity

Omni-Business mit vernetzten Geräten, Online-Kommunikation zwischen Lager, Webshop und Filiale sowie die Arbeit mit sensiblen Daten wie Kunden- oder Zahlungsinformationen bieten jedoch auch Einfallstore für Cyberangriffe. Die Entwicklung im Bereich KI erleichtert Cyberangriffe im großen Stil. Gerade kleine und mittlere Unternehmen müssen ihre IT-Systeme aufrüsten. Abhilfe schaffen beispielsweise Cloud-Anwendungen.

## 4. Moderne Zahlungssysteme

Auch wenn Bargeld in der nächsten Zeit ein unverzichtbares Zahlungsmittel bleiben wird, spielen moderne und praktikable Zahlungssysteme für einen nachhaltigen Geschäftserfolg eine wichtige Rolle. Denn ob im stationären Handel oder im E-Commerce: Viele Verbraucher brechen einen Kauf ab, wenn sie nicht mit ihrer bevorzugten Methode bezahlen können.

## 5. Smart-Store-Konzepte

Inzwischen wurden verschiedene automatisierte Store-Konzepte entwickelt, die den Einkauf weitestgehend digitalisieren. Für kassenlose Formate setzten Retailer dabei auf Sensorik und Bilderkennung. Auch Automatenshops, in denen Kunden über Touchscreens beziehungsweise Smartphones bestellen und Roboter im Hintergrund die Ware zusammenstellen, bieten Möglichkeiten für smarte Shops. Auch Lieferservice-Angebote von Händlern werden mehr und mehr Kunden erwarten.