

textilrevue

#12 | 7. DEZEMBER 2018 | CHF 16.50
TEXTILREVUE.CH



RETAIL-EXPERIENCE
WIE GELINGT DAS KUNDENERLEBNIS
AUF DER FLÄCHE?

SCHWEIZER ONLINEHANDEL
SO RÜSTEN SICH E-COMMERCE-
ANBIETER GEGEN DIE KONKURRENZ

FOKUS DIGITAL
APPS, SOCIAL SHOPPING UND VOICE-
COMMERCE SIND DIE ZUKUNFT

Was Kunden wollen

Cornelius Kistler, Senior Consultant und Mitglied der erweiterten Geschäftsführung der Multichannel-Beratungsfirma Foryouandyourcustomers, empfiehlt Fachhändlern, ihr Geschäft wie ein Hotel zu führen und sich im Klaren zu sein, dass eine digitale Supply-Chain keinesfalls weniger Aufwand bedeutet als eine physische. Neben klassischer Beratung befasst sich der findige Unternehmer zudem mit neuen Technologien – stets den Servicegedanken im Hinterkopf.

INTERVIEW AYLIN ASLAN

BILD SOPHIE STIEGER

Wer kommt zu Foryouandyourcustomers?

Kunden, die eine sinnvolle und individuelle Beratung darüber wünschen, was sie als Nächstes in der Digitalisierung tun sollen. Zu unseren Kunden zählen grosse und mittlere Unternehmen in der DACH-Region und in Australien. Wir sind nicht auf bestimmte Branchen beschränkt und haben auch schon mit Bekleidungsmarken zusammengearbeitet. An unseren verschiedenen Standorten bieten wir kompetente Multichannel-Beratung mit verschiedenen Schwerpunkten. Wir haben umfangreiches Wissen und Erfahrung und bieten unseren Kunden konkrete Tools, die ihnen helfen, ihren Auftritt zu verbessern.

Welche Tools sind das?

Eines der wichtigsten ist die «Exploded View», ein 6-Ebenen-Modell, das man sich auf unserer Website anschauen kann. Es gibt eine überraschend einfache Orientierung über alle Unternehmensbereiche und Ebenen hinweg. Die Projektteilnehmer können so die Zusammenhänge zwischen dem Marketing, den Prozessen und der Datenstruktur erkennen und entsprechend handeln. Ein weiteres Tool ist das Aufstellen einer kompletten Customer-Journey mit den diversen Touchpoints, denen der Kunde auf seinen verschiedenen Wegen zum Kauf eines Produktes begegnen kann; sei es ein TV-Spot, eine Paketbedruckung oder Werbung im Internet. Diese Touchpoints analysieren und werten wir aus und zeigen Handlungsfelder auf. Unsere Channel-Opera legt dar, wie Kommunikations-, Vertriebs- und Servicekanäle miteinander harmonisieren.

Was genau ist Ihr Fachgebiet?

Meine Arbeit bei Foryouandyourcustomers hat vor allem zwei Schwerpunkte: Zum einen beschäftige ich mich mit neuen Technologien wie Augmented Reality, Virtual Reality und Pattern-Recognition, sprich Maschinenlesbarkeit von Artikeln durch das Draufhalten einer Han-

dykamera. Zum anderen mache ich klassische Beratung, vor allem B2B. Von Retailern über Produzenten bis hin zu CEOs ist alles mit dabei. Sie werden von mir nie eine vorgefertigte 08/15-Lösung bekommen. Es geht immer darum, sinnvolle, auf die Klienten zugeschnittene Projekte zu implementieren.

Was würden Sie einer kleineren Boutique empfehlen, die ihren Umsatz verbessern möchte?

Investieren Sie in Kundenverständnis. Man kann sich auch bewusst gegen einen Onlineauftritt entscheiden. Wichtig ist, genau hinzuhören, immer den Servicegedanken im Hinterkopf zu behalten und eine funktionierende Kommunikation innerhalb des Unternehmens sicherzustellen. Besonders die Verkaufenden wissen oftmals genau, was der Kunde will. Doch dieses Wissen dringt selten bis zum komplett abgekoppelten Marketing durch. Eine kleine Neuerung wie Tablets im Laden mit Kundendatensätzen kann schon helfen: Der Kunde kann persönlich angesprochen werden und den gewünschten Artikel direkt nach Hause geschickt bekommen. Generell ist es ratsam, wie ein Hotel zu denken: zuhören, serviceorientiert denken, kommunizieren und umsetzen. Das macht Kunden glücklich.

Was wird Sie beruflich die nächsten Jahre begleiten?

Sicherlich einerseits die Optimierung der Pattern-Recognition, andererseits weiterhin die Beratung. Was Unternehmen einfach wissen müssen, ist: Wer in der Digitalisierung mithalten will, muss sich bewusst sein, dass eine digitale Supply-Chain mit gleichem Aufwand zu betreiben ist wie eine physische. Heisst: Auf beiden Seiten müssen viele Mitarbeiter stehen, die Ressourcen sollten in durchdachte Projekte investiert werden. Hierbei können wir helfen.

–
foryouandyourcustomers.com

Recognition
SHOPPING
✓

