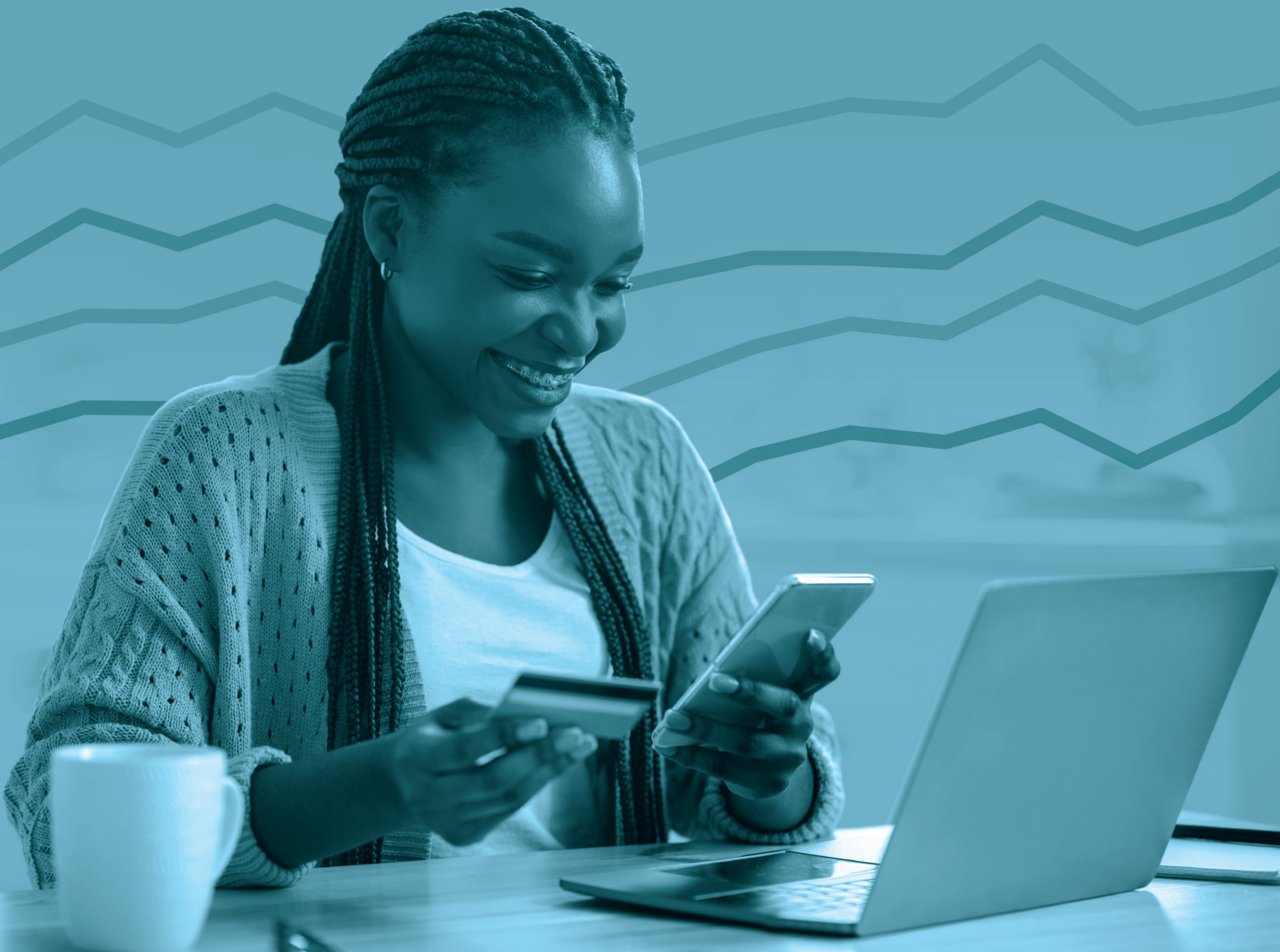




Erfolgreich agieren mit Echtzeit-Store-Analytics

Die Reaktion in Echtzeit bei allen Facetten des Filialbetriebs ist der Schlüssel für den Erfolg in einem sich fortwährend ändernden Einzelhandelsumfeld



Das knifflige Problem des Einzelhandels von heute

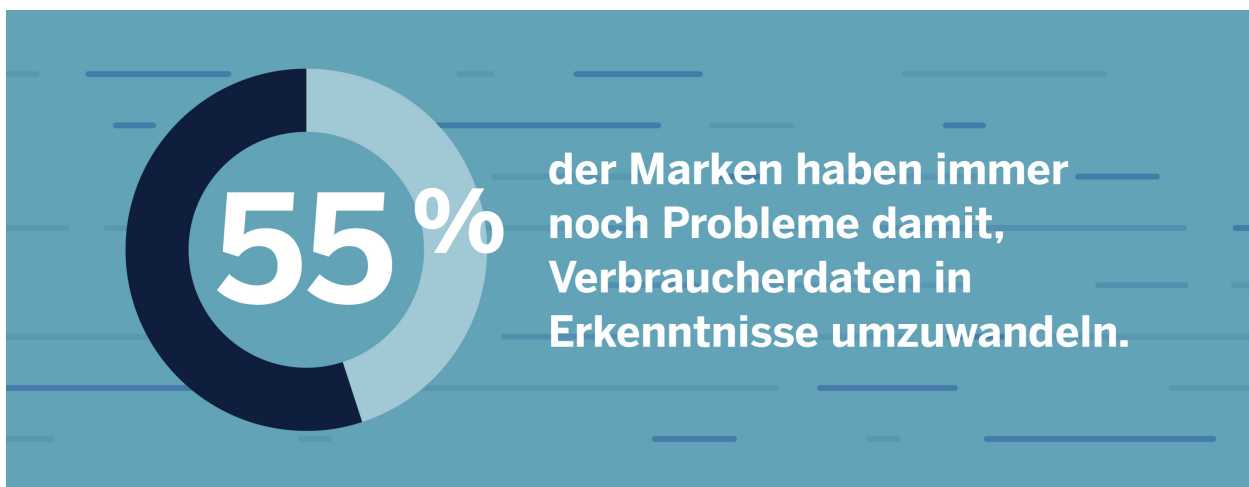
Kunden jederzeit zufriedenzustellen – das oberste Prinzip jedes Einzelhandelsunternehmens – ist immer eine Herausforderung. Die Pandemie und die dadurch ausgelöste Rezension haben beispiellose Probleme geschaffen, die viele Unternehmen nicht überlebt haben. Dieser Bruch hat auch eine neue Ära im Einzelhandel eingeläutet. Die flexibleren Unternehmen haben sich schnell angepasst und ihre digitale Kanäle in dem Maße ausgebaut, in dem die Kunden zu einer Art hybriden Einkauf übergegangen sind – online und gleichzeitig vor Ort in Filialen. Die Ausgaben für E-Commerce gingen dabei durch die Decke.

Das Ergebnis? Eine überwältigende Datenmenge. Diese neue Omnichannel-Welt produziert täglich viele Milliarden Datenzeilen, da die traditionell getrennten Bereiche Online- und Filialverkauf zu einem Einkaufserlebnis verschmolzen sind. Das Kundenerlebnis wird dabei immer komplexer, jeder Kontaktpunkt generiert mehr Daten, mehr Datentypen und mehr Datenquellen.

Aufgrund des großen Volumens und da die Filialen diese Daten standardmäßig isoliert in Silos erfassen, sind sie aber meist nicht in der Lage, diese zeitnah, effektiv oder vernetzter Form nutzbar zu machen. Die Gewinnung der datengesteuerten Erkenntnisse, die der Einzelhandel für fundierte Entscheidungen und konkrete Maßnahmen benötigt, ist oft nur manuell möglich und meist mühsam. Es kann so Stunden oder sogar Tage dauern, bis Filialen die Antworten auf ihre drängendsten Fragen bekommen. Im aktuell schnelllebigen, hochgradig wettbewerbsintensiven Markt können es sich Einzelhandelsfilialen nicht leisten, über eine Menge Daten, aber nur über wenige Erkenntnisse zu verfügen.

Trotz des Umbruchs sind die Erwartungen an ein nahtloses, verknüpftes Erlebnis unter den Kunden von heute immer noch hoch. Einzelhandelsunternehmen, die diese Erwartungen erfüllen oder sogar übertreffen, verfügen über einen großen Wettbewerbsvorteil – ob durch innovative neue Services, gut gefüllte Regale, vernetzte und personalisierte Erlebnisse, gekonnt ausgeführte Sicherheitsprotokolle oder mit allen diesen Aspekten zusammen.

Aufgrund des Drucks auf die Marge von allen Seiten, steigender Lieferantenkosten, weitverbreitet abnehmender Kundenbindung und einer enormen Zunahme des digitalen Shoppings sowie von Direktverkäufen versuchen Einzelhandelsfilialen verstärkt, den Wandel und die unsichere Marktsituation von heute über den Einsatz von Technologien zu bewältigen.



Quelle: „Consumer Goods and the Battle for B2B and B2C Relationships“
(Verbrauchsgüter und der Kampf um B2B- und B2C-Beziehungen), Salesforce, 2019

Die richtigen Daten, die richtigen Personen, der richtige Zeitpunkt

In dieser neuen Welt des Einzelhandels im Umbruch müssen zentrale Fragen beantwortet werden: Wie kommen die Filialen an die Informationen, die sie für einen erfolgreichen Betrieb benötigen? Welcher Warenbestand ist erforderlich? Können Anbieter die benötigten Waren liefern? Welche Nachfrage besteht an den einzelnen Standorten? Ein Blick in eine beliebige Filiale von heute macht deutlich, dass es für den Einzelhandel nicht einfach ist, darauf Antworten zu finden.

Der Warenbestand wird auf das Nötigste reduziert, um die Kapitalbindung der Filialen zu minimieren. Verbraucher sind mit unverknüpften Erlebnissen konfrontiert, wenn die online geweckten Erwartungen in der Filiale nicht erfüllt werden. Das Management hat wenig Einblick in die Filialen und keine Kenntnis des regionalen Bedarfs. Die Personalausstattung ist oft mangelhaft.

Der Mehrzahl der Einzelhandelsunternehmen fehlt der Zugang zu Funktionen für detaillierte Echtzeitdaten und -analysen auf Filialebene. Dies hat quantitativ messbare Folgen:

Unverknüpfte und unpersönliche Kundenerlebnisse

25 % der Unternehmen im Einzelhandel sagen, dass die Performance der Artikelwerbung nur wöchentlich geteilt wird

Ineffektive Bestandsplanung und -verwaltung

36 % der Einzelhandelspartner teilen POS-Transaktionsdaten nur wöchentlich

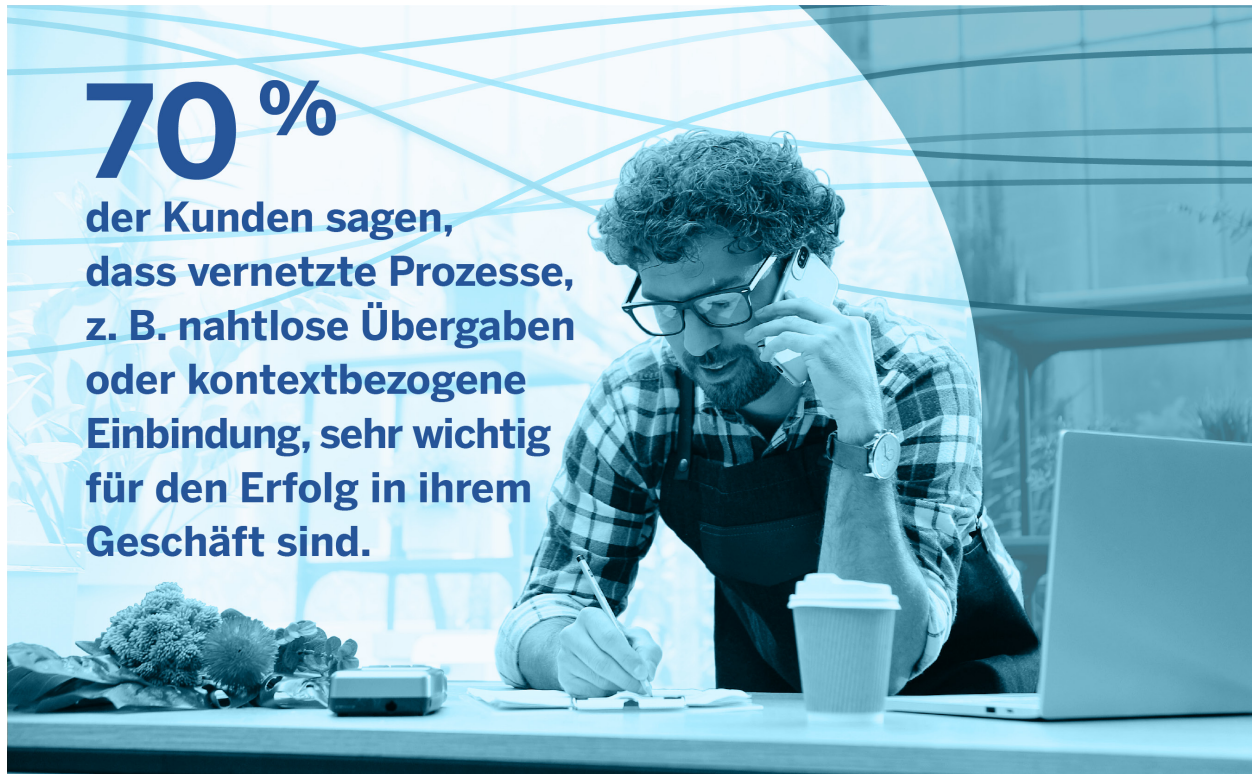
Häufige Störungen der Lieferkette, hohe Kosten

70 % der Konsumgüterunternehmen sagen, dass ihr größtes Problem die fehlende Integration ihrer Daten aus verschiedenen Quellen ist

Keine schnelle Anpassung an Veränderungen

47 % der Unternehmen haben keine klar formulierte Analytics-Strategie

Quelle: <https://risnews.com/ris-cgt-analytics-study-2020>



70 %

**der Kunden sagen,
dass vernetzte Prozesse,
z. B. nahtlose Übergaben
oder kontextbezogene
Einbindung, sehr wichtig
für den Erfolg in ihrem
Geschäft sind.**

Quelle: „Meeting Adversity with Data“ (Bewältigung von Problemen mit Daten),
Umfrage zu Analytics für Einzelhandel und Konsumgüter 2020

Der Schlüssel: Echtzeitintelligenz auf Filialebene

Die außergewöhnlichen Herausforderungen, denen sich der Einzelhandel heutzutage gegenüber sieht, erfordern innovative neue Lösungen. In Ladengeschäften bedeutet dies einen Bedarf an datengesteuerter Intelligenz, über die eine einzige zuverlässige Echtzeitdatenquelle für alle Aspekte des Filialbetriebs bereitgestellt werden kann – von der Erstellung von Nachfrageprognosen und der Lieferketten- bzw. Bestandsverwaltung bis zu nahtlos verknüpften Kundenerlebnissen für alle Kanäle.

Darüber hinaus muss diese Intelligenz in einem leicht verständlichen Format vorliegen, das den Anforderungen aller Positionen in der Filiale genügt – von der Führungskraft, die eine allgemeine, aggregierte Ansicht der Daten benötigt, um das große Ganze zu beurteilen, bis zum Filialmitarbeiter, der wissen möchte, wie viele Sodas Montagmittag in der Kühlbox verfügbar sein sollen. Mit topaktuellen, stellenspezifischen Informationen auf Knopfdruck können alle Mitarbeiter im Handumdrehen Entscheidungen mit höchster Präzision treffen.

Die Retail Intelligence-Lösung von Tableau bietet eine maßgeschneiderte, präskriptive und praktisch umsetzbare Roadmap zur Bewältigung der komplexen Herausforderungen von heute für den Einzelhandel. Sie wurde gezielt zur Unterstützung von Filialen mit detaillierten Echtzeitdaten entwickelt, die diese benötigen, um die Kundenerwartungen zu erfüllen und trotz fundamentaler Veränderungen im Einzelhandelsmarkt zu florieren.

Zugang und Analysen in großem Umfang von überall

In der Vergangenheit wurden Daten in der Regel am jeweiligen Filialstandort gespeichert und über statische Tabellen sowie PDF-Dateien oft mithilfe von E-Mails geteilt. Das ist ein zeitraubender Vorgang, verbunden mit der Notwendigkeit, die Daten zu kuratieren, bevor sie analysiert werden. Wenn die Daten dann schließlich in einem hilfreichen Format für jene verfügbar sind, die sie benötigen, sind sie meist schon veraltet.

Die Multi-Cloud-basierte Lösung von Tableau macht diesen Vorgang überflüssig. Daten und Analytics werden auf sichere Weise sofort verfügbar gemacht – von jedem beliebigen Ort aus und für jeden, der sie braucht. Die Daten kommen also nicht zu den Benutzern, sondern die Benutzer zu den Daten. Diese können große Datenmengen in Sekunden erkunden und Milliarden von Zeilen innerhalb von Minuten ohne Einbußen an Performance analysieren.

Darüber hinaus lässt sich das System im Handumdrehen nach Bedarf erweitern oder reduzieren, um Perioden mit hoher Aktivität zu bewältigen. Die Mobilfunktionen der Lösung ermöglichen auch den Filialmitarbeitern vor Ort das Aufrufen von gewonnenen Erkenntnissen und eine entsprechende Reaktion im Handumdrehen. Mit Echtzeitdaten auf Transaktions- und POS-Ebene nach Bedarf können Filialen intelligentere Entscheidungen schneller treffen.



Quelle: „State of the Connected Customer“ (Bericht zum Stand des verknüpften Kunden), Salesforce, 4. Auflage

Detailansichten führen zu zielgerichteten Maßnahmen

Die Analyse und die Dokumentation von Daten ist eine Sache, diese zu verstehen, eine andere. Hier kommt die in der leistungsstarken Partnerschaft von Tableau mit Salesforce und Snowflake entwickelte Retail Intelligence-Lösung ins Spiel. Diese nutzt die Funktionen zur Datenvisualisierung von Tableau, die Cloud-Funktionalität von Salesforce und das externe Data Warehouse von Snowflake für beispiellose Möglichkeiten zur Bewältigung der Herausforderungen im Einzelhandel von heute.

Ein Beispiel: Ein großes Einzelhandelsunternehmen mit Standorten im ganzen Land hatte Schwierigkeiten, die richtigen Produkte in die richtigen Filialen zu bringen. Ein Standort lief Gefahr, bei einem Produkt komplett ausverkauft zu sein, während eine Filiale in einer anderen Region von diesem Produkt zu viel auf Lager hatte.



Quelle: „Catch Them If You Can: How leaders in data and analytics have pulled ahead (Die Gelegenheit nutzen: Warum Pioniere bei Daten und Analytics an der Spitze stehen), McKinsey, Umfrage vom September 2019

Das Problem resultierte aus der fehlenden Möglichkeit, Bestandsdaten aller Filialstandorte in einer Weise zu aggregieren und zu analysieren, die Entscheidungsträgern die spezielle Dynamik der einzelnen Regionen verdeutlicht.

Mithilfe der offenen Plattform und der Detailfunktionen von Retail Intelligence konnte das Einzelhandelsunternehmen nun die Bestandsdaten – verknüpft mit demografischen Informationen über die Verbraucher in den Vierteln um die Filialen – in visuell nachvollziehbare, umsetzbare Erkenntnisse zum regionalen Kaufverhalten übersetzen.

Durch Analyse historischer Bestandsdaten für die Ermittlung von Mustern des Kaufverhaltens hatte das Unternehmen die Möglichkeit, mithilfe von Prognose-Analytics zu bestimmen, wie man die einzelnen Standorte am besten mit Produkten ausstattet, damit das Problem nicht auftritt. Mit dieser neuen Klarheit verfügte das Unternehmen über ein besseres Verständnis seiner Kunden und konnte entsprechend planen.



Quelle: „Meeting Adversity with Data“ (Bewältigung von Problemen mit Daten),
Umfrage zu Analytics für Einzelhandel und Konsumgüter 2020

Transparenz für die gesamte Wertschöpfungskette

In der neuen Normalität von heute zählt jeder strategische Vorteil. Durch Bereitstellung von topaktuellen, visuell nachvollziehbaren Daten für alle, die diese benötigen – von Lieferanten über Führungskräfte und Manager im Einzelhandel bis zu Filialmitarbeitern vor Ort – schafft Retail Intelligence von Tableau Echtzeittransparenz für die gesamte Wertschöpfung von Filialen.

Der operative Betrieb lässt sich besser koordinieren und optimieren, wenn alle mit denselben Echtzeitdaten arbeiten. Die Gewinne werden steigen, wenn allen Entscheidungen intelligente Informationen zugrunde liegen. Die Filialen können dann außergewöhnliche Kundenerlebnisse bieten, wenn sie ihre Kunden auf allen Ebenen kennen.

Der aktuelle Umbruch betrifft alle in der Einzelhandelsbranche. Unternehmen, die ihre Standorte mit Echtzeit-Filial-Analytics unterstützen, bietet sich aber damit die Möglichkeit, die Performance der Lieferkette in allen Bereichen zu optimieren.

Erfahren Sie mehr über datengesteuerte Lösungen für den Einzelhandel.

Weitere Materialien

[Weitere Informationen zur Retail Intelligence-Lösung](#)

[Snowflake für den Einzelhandel](#)

[Salesforce-Lösungen für den Einzelhandel](#)

[Kontakt](#)

Über



Als BI-Plattform für über 90 % der Finanzdienstleistungsunternehmen im Fortune 500-Index ist Tableau die bewährte Lösung für Unternehmen, die ihre Geschäftstätigkeit mit Daten steuern. Tableau bietet eine komplette, integrierte Analytics-Plattform, mit der Teams eng zusammenarbeiten, tief gehende Erkenntnisse aus ihren Daten gewinnen und dafür Machine Learning, Statistik, natürliche Sprache und intelligente Datenvorbereitung nutzen können. Mit Befähigungsressourcen wie Schulungen, Zertifizierungen sowie Tableau Blueprint und nicht zuletzt durch Inspiration und Unterstützung der leidenschaftlichen Tableau-Community können Versicherungsunternehmen, die Tableau nutzen, sicherstellen, dass dessen Bereitstellung zu einem Erfolg wird und die Entwicklung einer datengesteuerten Kultur fördert.



Snowflake bietet die Data Cloud, ein globales Netzwerk, in dem Tausende von Unternehmen und Organisationen Daten nutzen und diese dabei beinahe unbegrenzt skalieren sowie parallel und mit hoher Performance anwenden können. Mit der Data Cloud führen Unternehmen ihre isolierten Daten zusammen, erkunden sowie teilen kontrollierte Daten auf einfache und sichere Weise und führen eine Vielzahl analytischer Arbeitslasten aus. Unabhängig vom Standort der Daten und der Benutzer bietet Snowflake ein einziges, nahtloses Erlebnis auf Basis mehrerer öffentlicher Clouds. Die Plattform von Snowflake dient als Engine für den Zugriff auf die Data Cloud. Sie bietet eine Lösung für Data Warehouses, Data Lakes, Data Engineering, Data Science, Entwicklung von Datenanwendungen und gemeinsame Datennutzung. Werden Sie Teil des Snowflake-Netzwerks von Kunden, Partnern und Datenanbietern, die mit der Data Cloud bereits neue Horizonte für ihre Geschäftstätigkeit erschließen. [Snowflake.com](https://www.snowflake.com).



Salesforce ist die weltweit führende CRM-Plattform – sie bietet für alle Bereiche der Interaktion eines Unternehmens mit Kunden eine Unterstützung, wie Marketing, Vertrieb, Service, Handel, Personalwesen und vieles mehr. Als Teil der Salesforce-Familie ist Tableau für eine nahtlose Verknüpfung mit den Produkten der Customer 360-Plattform konzipiert. Sie können so Tableau zur Verschmelzung von Salesforce-Daten aus beliebigen Cloud-Systemen mit anderen Geschäftsdaten für eine Komplettansicht Ihrer Kunden nutzen. Der Kunde muss immer im Mittelpunkt aller Aktivitäten stehen und das verknüpfte Erlebnis erhalten, das er erwartet.