

SapientNitro Studie zeigt: Digitale In-Store Erlebnisse sind auf dem Vormarsch, Einzelhändler bleiben in ihren Bestrebungen nach Omni-Channel hinter den Erwartungen zurück.

München, 16. Oktober 2012 – Ob interaktiver Kiosk oder Digital Display, Digital ist auf dem Vormarsch und hält Einzug in die Einzelhandelsgeschäfte. Trotz der immensen Zunahme an digitalen Interaktionsmöglichkeiten im stationären Handel schneiden jedoch nur 4 von 71 führenden Einzelhändlern zufriedenstellend in einer von SapientNitro durchgeführten Omni-Channel Studie ab. Die Erkenntnisse dieser Studie erscheinen in *Insights 2013* – einer jährlichen Publikation von SapientNitro, die u.a. Themen behandelt wie den sich kontinuierlich weiterentwickelnden Kunden, Veränderungen im Kommunikations- und Kaufverhalten sowie die Auswirkungen von Innovation und die Bedeutung von „Connected Thinking“ für global agierende Unternehmen.

Pressekontakt:

Anne Barnicle
SapientNitro
+49 89 55 29 87-522
abarnicle@sapient.com

Anke Piontek
forvision
+49 221 92428140
piontek@forvision.de

Das Team untersuchte unabhängig voneinander 71 Flagship-Stores in New York City und bewertete diese anhand einer vorab definierten Omni-Channel Scorecard. Überraschend: Nur 4 von 71 Einzelhändlern erhielten gute Bewertungen für die effiziente Integration von Digital im Shop - Sephora, Bloomingdale's, Macy's und American Eagle Outfitters schnitten am besten ab, lagen dennoch weit unter der maximal erreichbaren Punktzahl von 75.

Sapient GmbH

Arnulfstraße 60
80335 München
Deutschland

tel: +49 89 55 29 87-0
fax: +49 89 55 29 87-100

Weitere Erkenntnisse der viermonatigen Studie:

- **Digitale In-Store Displays sind wirksame Instrumente, weisen aber oftmals Mängel in der Umsetzung auf.** Mehr als 50% der bewerteten Einzelhändler haben keine sichtbaren digitalen Displays im Einsatz.
- **Unzureichend geplante und realisierte Digital-Konzepte wirken sich negativer aus als kein Einsatz von Digital.** Unternehmen, die ihre mobilen Webinhalte optimieren, weisen im Vergleich zum Vorjahr um 80% höhere Besuchszahlen im Internet auf, als jene, die dies nicht tun.
- **Der Einsatz der richtigen digitalen Instrumente führt zu einem erhöhten Return-on-Investment.** Unternehmen, die ihren Kunden die Möglichkeit bieten,

Pressemitteilung

online zu bestellen und die Ware im Laden abzuholen, verzeichnen einen durchschnittlichen Umsatzzuwachs von 10-40%.

- **Einzelhändler müssen verstärkt auf digitale In-Store Erlebnisse setzen, die den Kunden während des Kaufprozesses nachhaltig unterstützen.** Weniger als 22% der Marken verfügen über interaktive Instrumente zur aktiven Kaufunterstützung.

“Eines der für uns bedeutendsten Themen für *Insights 2013* ist die Annäherung von digitaler und physischer Welt,” so Wolf Ingomar Faecks, Geschäftsführer SapientNitro Deutschland und Schweiz sowie GWA Vorstand. „Der Kunde von heute ist vielschichtig, multidimensional, emotional und ständig in Bewegung - er kennt und nutzt seine neu gewonnene Macht durch die digitalen Technologien. Für den Kunden von heute wird das Markenerlebnis insbesondere durch den zunehmenden Einsatz der digitalen Kanäle im Käuferlebnis beeinflusst. Gleichzeitig investieren Unternehmen in „Big Data“ und die Verbesserung von Analytik, um ihren Kunden maßgeschneiderte Produkte und Services - oftmals in Echtzeit - bieten zu können. In *Insights 2013* vereinen wir das geballte Wissen von über 45 SapientNitro Autoren weltweit und erzählen die Geschichte einer sich kontinuierlich entwickelnden digitalen Landschaft mit all ihren faszinierenden Möglichkeiten.”

Von China bis nach Australien beschäftigen sich SapientNitros Idea Engineers mit universellen Themen sowie den wichtigsten Trends, die nach ihren Prognosen die Customer Experience neu definieren und Unternehmen zukünftig nachhaltig beeinflussen werden:

- Responsive Design 101: Optimierung für diverse Bildschirmformate
- Die „Big Data“ Ära: in Echtzeit agieren
- Storyscaping: Erlebnisse kreieren, nicht Werbung
- Der Einzelhandel im Alleingang: wie Digital das Käuferlebnis im Einzelhandel belebt

„Die Geschichte wird sich an diese Ära als eine Zeit der kontinuierlichen Innovation und des konstanten Wandels erinnern, die - uneingeschränkt von Grenzen - bahnbrechende Ideen fördert“, so Alan Herrick, President und CEO Sapient. „Wir hoffen, dass *Insights 2013* unseren Lesern neue Perspektiven eröffnet und einen Rahmen für „Connected Thinking“ bildet, der es ihnen ermöglicht, sich in einer völlig digitalisierten, grenzenlosen Welt zurechtzufinden und ständig neue, kreative Verbindungen zu schaffen.“

Pressekontakt:

Anne Barnicle
SapientNitro
+49 89 55 29 87-522
abarnicle@sapient.com

Anke Piontek
forvision
+49 221 92428140
piontek@forvision.de

Sapient GmbH

Arnulfstraße 60
80335 München
Deutschland

tel: +49 89 55 29 87-0
fax: +49 89 55 29 87-100

Pressemitteilung

Die komplette *Insights 2013* Studie sowie weitere exklusive Online-Inhalte erhalten Sie unter www.sapient.com/insights/

Über SapientNitro

SapientNitro, ein Geschäftsbereich von Sapient, ist ein Unternehmen für integrierte Marketing- und Technologie-Services, das digitale und klassische Dienstleistungen unter einem Dach vereint.

Im Mittelpunkt stehen Kreation und Umsetzung eines erlebbaren Kundennutzens. Das Ziel gemeinsamer Projekte und Kampagnen mit unseren Kunden ist immer eine Steigerung des Markenbewusstseins und das Erreichen nachhaltigen Geschäftserfolgs. Die nahtlose Interaktion von Multichannel-Marketing, Commerce und Technologie ermöglicht ein optimales Zusammenspiel von Kunden- und Anbieterverhalten – und damit tiefe und loyale Beziehungen auf allen Kommunikationskanälen.

Pressekontakt:

Anne Barnicle
SapientNitro
+49 89 55 29 87-522
abarnicle@sapient.com

Anke Piontek
forvision
+49 221 92428140
piontek@forvision.de

Sapient GmbH

Arnulfstraße 60
80335 München
Deutschland

tel: +49 89 55 29 87-0
fax: +49 89 55 29 87-100

SapientNitro arbeitet für Unternehmen wie Audi, Coca Cola, E.ON, Lufthansa, Media-Saturn, Philips, SAP, Siemens, Sky, Swisscom und unterhält Niederlassungen in Nordamerika, Europa und Asien-Pazifik. Im deutschsprachigen Raum unterhält SapientNitro Büros in München, Düsseldorf, Köln und Zürich.

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Webseite www.sapientnitro.de oder folgen Sie uns auf Twitter [@sapientnitro](https://twitter.com/sapientnitro).

###

Sapient is a registered service mark of Sapient Corporation.