

riverbed®

Die moderne, digitale Shopping-Erfahrung

Kunden sind für jeden Retailer geschäftsentscheidend und ihre Erwartungen an die digitale Erfahrungen können den Erfolg der Einzelhändler für die nächsten Jahrzehnte beeinflussen. Die Riverbed Retail Digital Trends Umfrage 2019 gibt Einblick in die digitalen Wünsche der Käufer von heute.

Was ist das Geheimnis einer positiven Digital Shopping Experience?

88 % finden eine positive digitale Erfahrung genauso wichtig wie die Preisgestaltung

78 % sehen eine starke digitale Shopping-Erfahrung als zentral, um in den nächsten drei Jahren konkurrenzfähig zu bleiben

57 % der Konsumenten (70 % der Millennials) besuchen ein bestimmtes Geschäft, weil sie online damit gute Erfahrungen gemacht haben



Wunschliste der Konsumenten für digitales Shopping - online oder mobil:

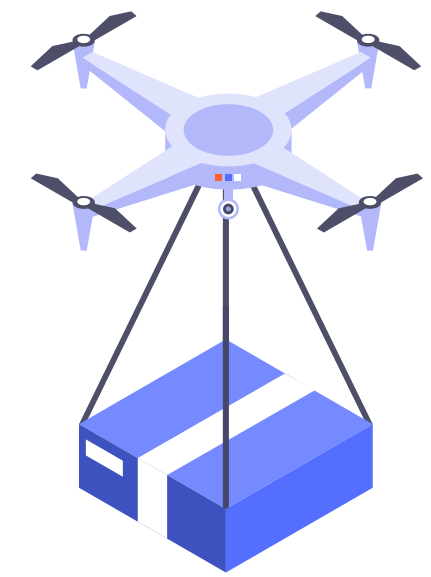
Die vier wichtigsten Features

53 % schnelle Ladezeiten bei Websites/Apps

55 % ansprechende Videos und Design

46 % digitale Coupons oder Apps für Bonuspunkte

41 % Online-Bestellung mit anschließender Abholung im Store der Wahl



Drohnen, die Pakete bis nach Hause liefern?

57 % auf gar keinen Fall!
(39 % empfinden sie als unnötig, 18 % sogar als störend)

43 % Ja, unbedingt!
(23 % finden Drohnen cool, 20 % stufen sie als effizient ein)

In-Store: Die meistgenutzten Features während des Shoppings

31 % nutzen das WLAN-Angebot im Store

23 % filialspezifische, mobile Apps

14 % digitale Kassenbelege per E-Mail

20 % mobile Shopping-Apps von Drittanbietern



riverbed®



Digitale In-Store-Erfahrungen, um Neukunden anzulocken?

29 % Selfservice-Kassen

26 % Virtual oder Augmented Reality (z.B. Produktsimulation)

33 % Smarte Regale (z.B. mit Sensoren, die automatisch Bestände registrieren)

15 % Eröffnung eines angesagten Pop-Up-Stores

Konsumenten ziehen Konsequenzen, wenn die digitale Erfahrung zu kurz kommt

33 % shoppen in einem anderen Store

28 % reklamieren Produkte

35 % teilen Erfahrung mit Freunden und Familie

18 % schreiben negative Bewertungen

22 % kontaktieren den Kundendienst

Tipps, wie Retailer die Digital Experience verbessern können

- 1. Bestimmen, wie die digitale Erfahrung dabei hilft, Geschäftsziele zu erreichen.** Soll die Shopping-Experience im Store verbessert oder sollen die Transaktionen in mobilen Apps gesteigert werden? Möglicherweise ist es nötig, in eine neue und optimierte mobile App oder in leistungstärkeres In-Store WLAN zu investieren. Vordefinierte, zentrale Ziele helfen bei der Entscheidung, wie Sie die Digital Shopping Experience der Kunden verbessern können.
- 2. Einblicke in die digitale Customer Journey gewinnen.** Es ist wichtig, das Digitalerlebnis der Kunden zu verwalten und zu beobachten, um eine nahtlose und ansprechende Erfahrung für digitale Apps und Services bereitzustellen. Monitoringtools helfen dabei, proaktiv Probleme zu erkennen und zu lösen, bevor der Verbraucher etwas merkt.
- 3. Schnell neue Retail-Apps und -Services bereitstellen.** Wenn moderne Infrastruktur verfügbar ist, können neue Läden und Pop-Up-Stores schnell eröffnet und neue, digitale Services für Kunden bereitgestellt werden. Retailer sollten bald handeln, um konkurrenzfähig zu bleiben.

Riverbed®, The Digital Performance Company™, unterstützt Retailer dabei, ihre digitale Shopping-Erfahrung zu transformieren, um optimierte Online- und In-Store-Channels bereitzustellen. Moderne Infrastruktur ermöglicht, neue Läden schneller zu eröffnen, neue Apps und digitale Services einzuführen und die digitale Customer Experience besser zu verwalten und zu beobachten. Riverbed erzielt jährlich mehr als 1 Milliarde US-Dollar Umsatz. Riverbed betreut mehr als 30.000 Kunden, davon 100 Prozent der globalen Top 10 Retailer. Weitere Informationen zu Riverbed unter riverbed.com/de/solutions/retail.html.

Die Riverbed Retail Digital Trends Survey 2019 ist das Ergebnis einer benutzerdefinierten Online-Umfrage, die Anfang Januar 2019 von Wakefield Research mit 3.000 Verbrauchern aus den USA, Australien und Deutschland (jeweils 1.000 Befragte) durchgeführt wurde.