



ACCELATE

**„Rezepte für eine goldene
Handelszukunft“**

ReTurn-Jahreskonferenz 2025

Grafenegg April, 2025

Rezept 1:

Nützen Sie die Ergebnisverbesserungspotentiale, die sich durch den Einsatz von AI Tools ergeben

Der gezielte Einsatz von AI Tools zur Optimierung von Geschäftsprozessen kann einerseits zur Kostenreduktion und/oder zur Umsatzsteigerung genutzt werden!

Überblick AI Einsatz im Retail-Segment- Es gibt bereits umfassende Einsatzbereiche!

Aktuelle AI-Kernanwendungen im Retail-Segment

1



Content Entwicklung

- Werbe-Content (Text, Bild, Video)
- Beratungs Content
- Produkt bezogener Content

2



Customer Experience Verbesserung

- Search
- Personalisierung
- CRM
- Customer Service
- ...

3



Daten Analyse

- Allgemeine Analysen
- Segmentierung
- Diverse spezifische Analyse-Anwendungen

4



Agentic AI

- Einsatz von digitalen Assistenten in diversen Einsatzbereichen
- Insb. Chatbots

5



Supply Chain/ Inventory Optimierung

- Lagerstands-Optimierung
- Nachfrage-Forecasting

+

- Pricing Optimierung
- Personaleinsatzplanung
- Produktentwicklungs-Unterstützung
-

Der Einsatz von AI-Tools bietet signifikante Umsatzsteigerungs- und Kostensenkungspotentiale



RETAIL

E-com giant makes a big AI investment and 10% of staff has to leave

By Mattias Björklund | 14 January 2025

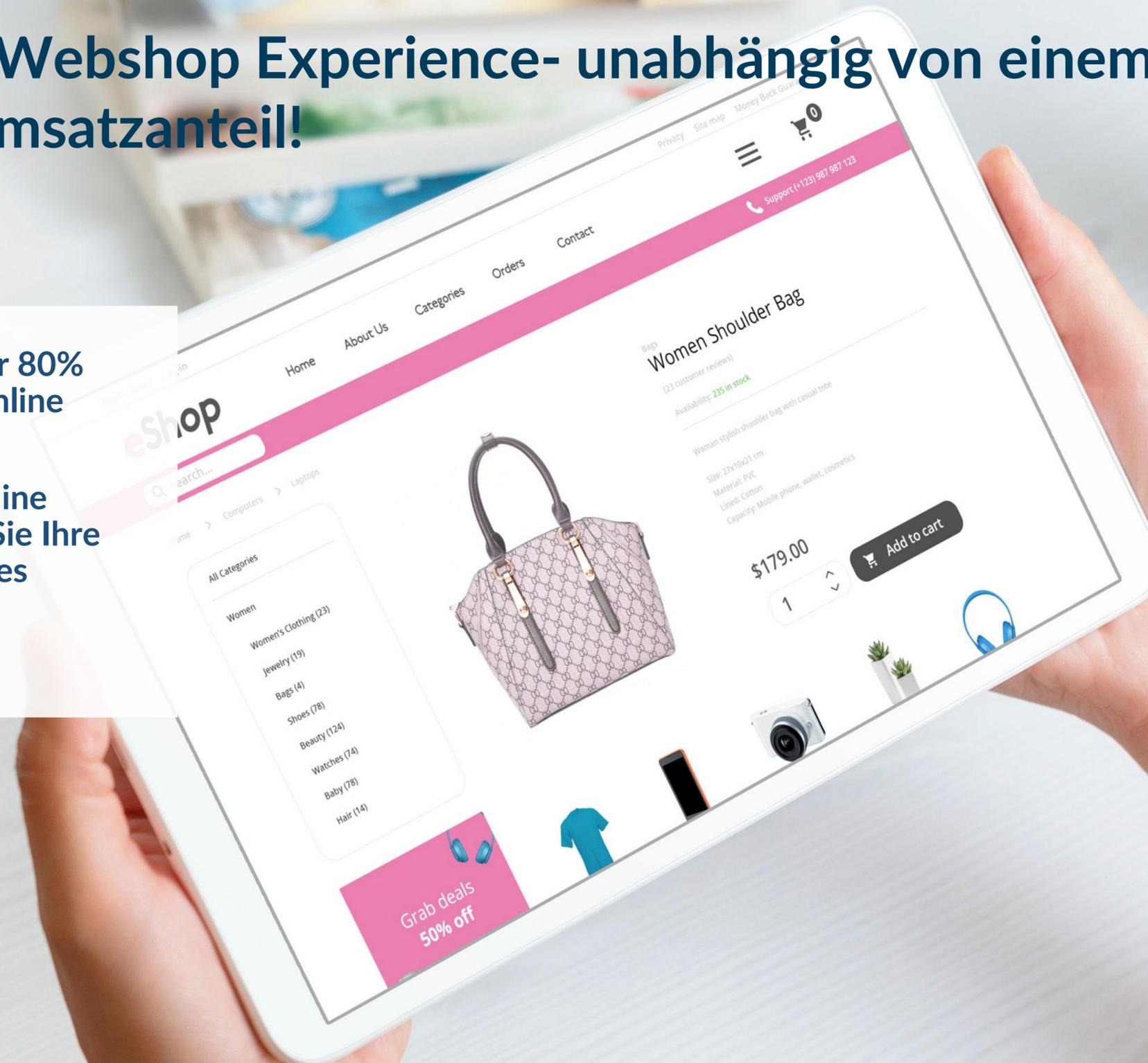
AI and new tech are set to replace over 100 employees at fashion online retailer Boozt when the company aims to reach €1.5bn in turnover.



Rezept 2:

Optimieren Sie Ihre Webshop Experience- unabhängig von einem (noch) niedrigen Gesamt-Umsatzanteil!

- Mittlerweile werden weit über 80% der analog getätigten Käufe online vorbereitet.
- Investieren Sie in eine top Online Experience und unterstützen Sie Ihre Käufer in der Optimierung eines kanalübergreifenden Einkaufsprozesses!



Eine Top-Online Experience ist die Basis jeder erfolgreichen, loyalen Kundenbeziehung



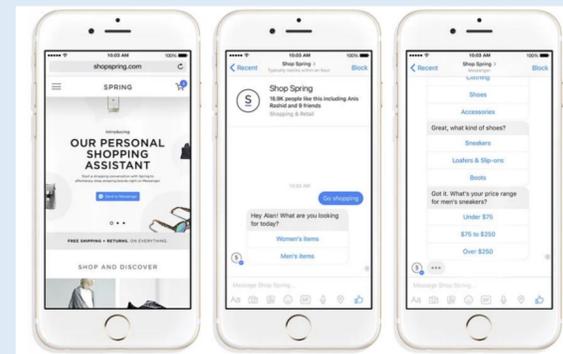
4 Kernthemen der digitalen Customer Experience-Optimierung

Umfassende Text-, Bild- und Videowelt



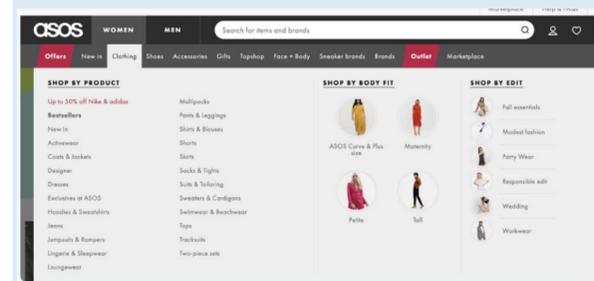
- Umfassende, kostengünstige Content-Produktion wird immer wichtiger

Beratungs- / Guidance-Elemente



- Agentic AI-Trend: Integration von AI-gestützten Beratungstools in die Customer Journey

TOP SEARCH-Experience



- Top Search Experience wird immer mehr zu einem Kern-Conversiontreiber

Umfassende Customer Journey PERSONALISIERUNG



- Weit mehr als nur Produktempfehlungen!
- Neue AI basierte Tools machen ein neues Niveau der Personalisierung möglich

Rezept 3:

Nützen Sie die Chance der engen Verzahnung Ihrer Vertriebskanäle. Ihre Kunden werden es Ihnen mit gesteigertem Umsatz danken

- Grosse Filialnetzwerke bieten Wettbewerbsvorteile für Omnichannel Retailer gegenüber reinen Online-Playern
- Nützen Sie Ihre Filialen für eine Verbesserung der omnichannel Experience

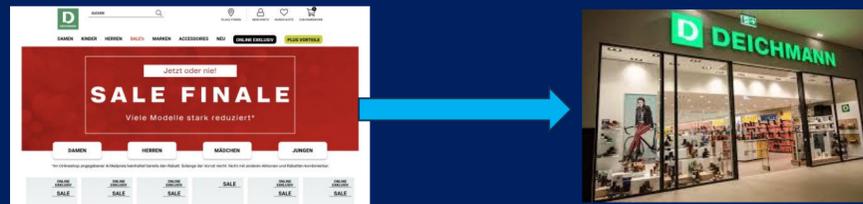


Eine nahtlos, verbundene Customer Experience über alle Verkaufskanäle ist ein Muss für jeden omnichannel Retailer



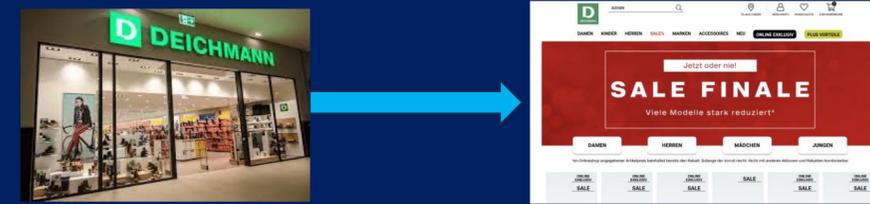
Überblick Omnichannel Features

Vom Webshop in die Filiale



- Store Finder und Anzeige von Store in Google Maps und Fahrtanweisung und Store Info
- Überprüfung Produktverfügbarkeit in Wunschfiliale
- Wunschfiliale auswählen
- Click&Collect/Reserve
- Click&Return in Store
- Merkliste/Wishlist

Von der Filiale in den Webshop



Durch den Kunden/in

- Produkt QR Code scannen und Info abfragen
- Scan and Buy
- Self Service Endless Aisle
- AR Einsatz zur Schuhprojektion auf den Fuss über digitalen Spiegel
- Bezahlen via App

Durch den Verkäufer/in

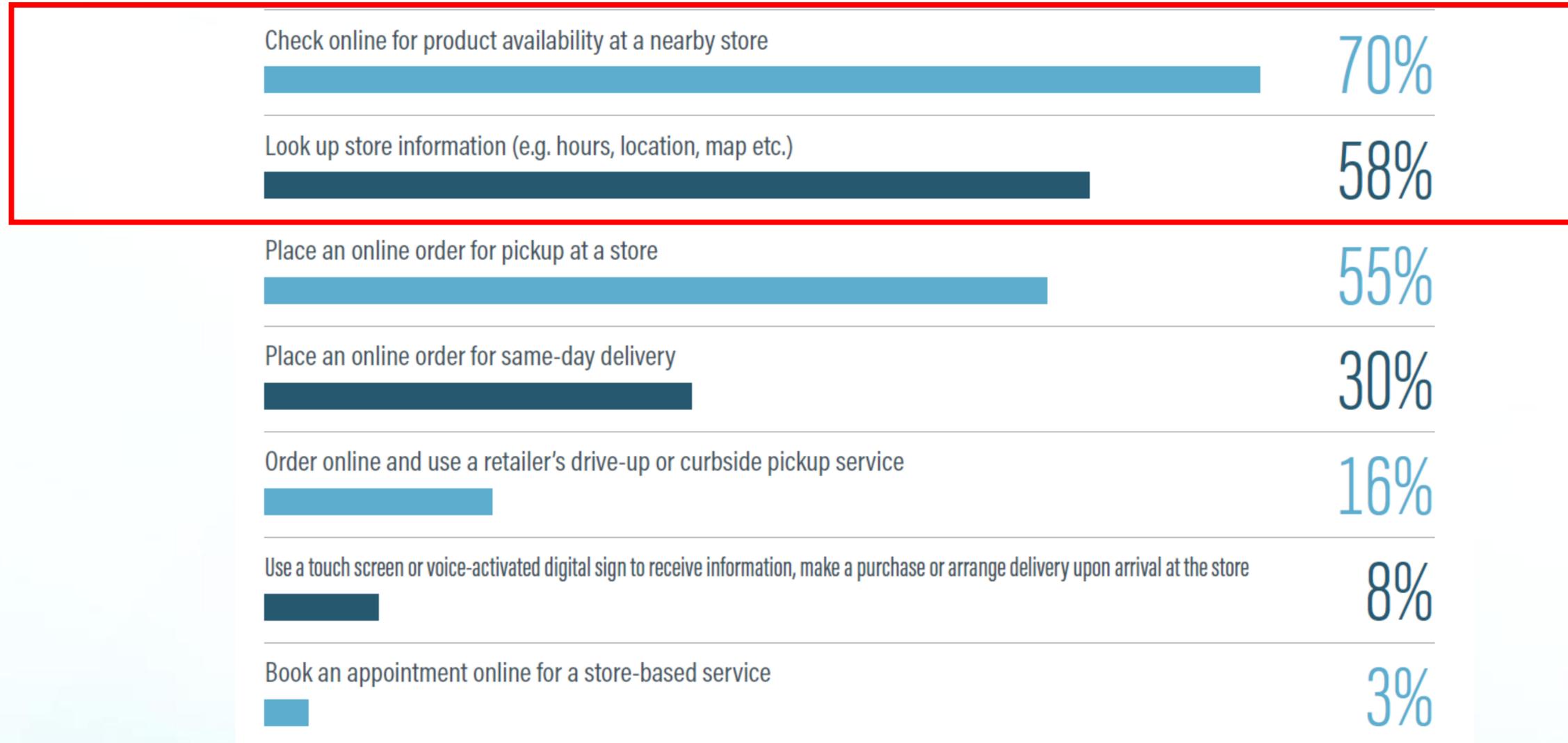
- Zugriff auf Online Sortiment über Endless Aisle Lösung
- Send 2 Home/ 2 Store
- Digitale Fussgrössenmessung in 120+ Filialen

Visible Store Inventory, rich Store Info und Click and Collect sind aus Kundensicht die Kern-Omnichannel Features

CONSUMER SURVEY

WHICH OF THE FOLLOWING ACTIVITIES DO YOU EXPECT WILL BE PART OF YOUR SHOPPING EXPERIENCE DURING THE UPCOMING HOLIDAYS?

Multiple responses allowed



Source: Digital Commerce 360/Bizrate Insights Holiday survey of 1,055 online shoppers

Rezept 4:

Die Umwandlung Ihres Webshops in einen Marktplatz ist ein massiver Game Changer

- Profitieren Sie von einer gesteigerten Webshop-Performance und höherer Kundenzufriedenheit.
- Nützen Sie die Chance risikolos neue, zusätzliche Artikel, Marken und Kategorien zu testen.

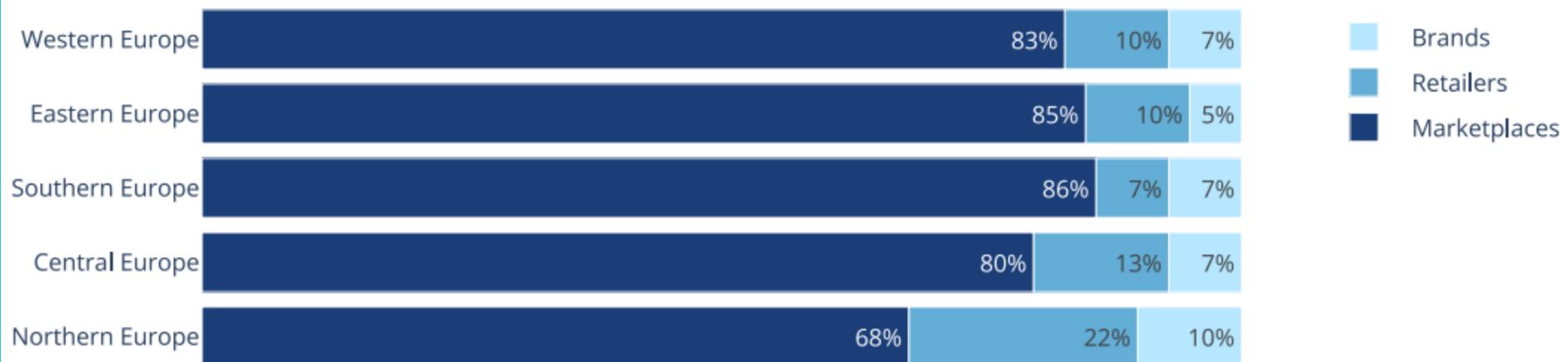


Der globale Trafficanteil auf Marktplätzen steigt kontinuierlich



Share of European web traffic to the Largest 100 list categorised by business type

Europe, 2023



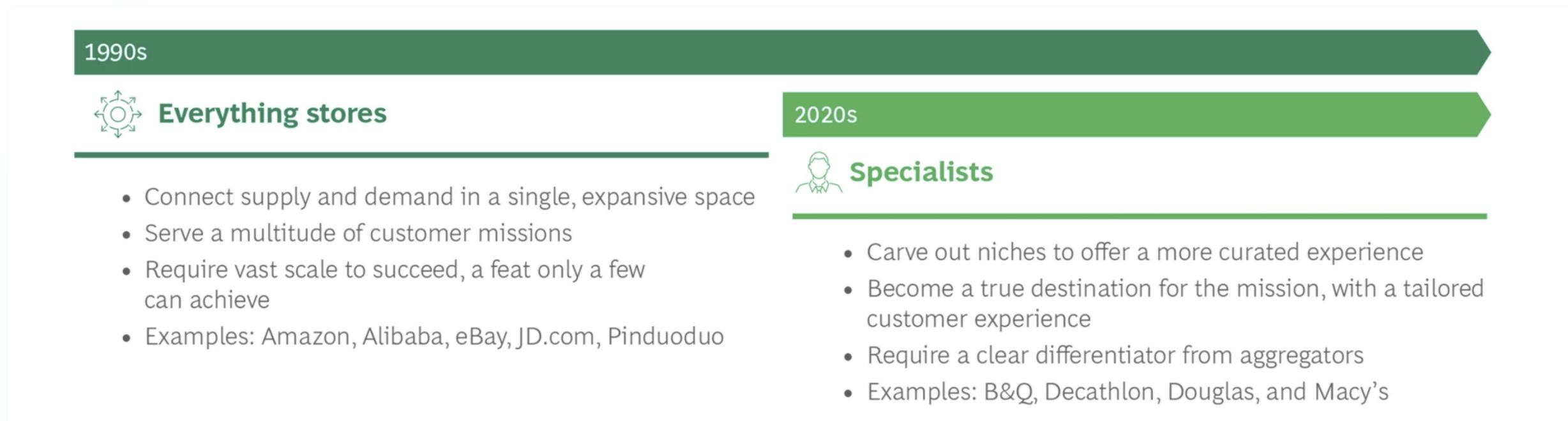
The list of Largest 100 in each region was determined by European web traffic to the retailer's websites

Source: RetailX

© RetailX 2023

Von der Typologie her haben Marktplätze als Multi-Category Marktplätze begonnen. Seit 2020 starten immer mehr Category Specialist Marktplätze.

Globale Entwicklung von Everything Stores/ Universal Marktplätzen zu spezialisierten Marktplätzen



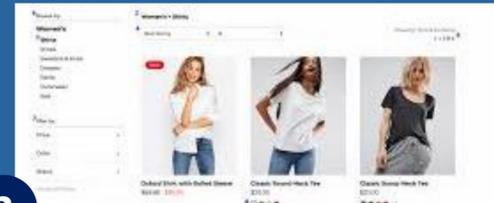
Die grundsätzlichen Vorteile einer Marktplatzstrategie sind umfangreich

Vorteile des Ausbaus eines Webshops in einen Marktplatz



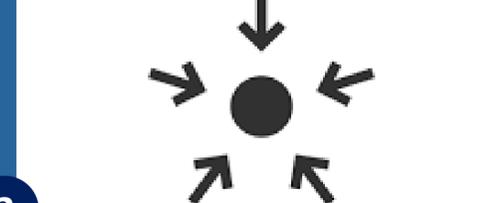
1
Verbesserte WEBSHOP PERFORMANCE

- (Organischer) Traffic steigt an
- Conversion Rate steigt
- Warenkorb steigt
- Google Rankings verbessern sich



2
Vereinfachte SORTIMENTS-AUSWEITUNG

- Kostengünstiges Abtesten von neuen Kategorien
- Schnellere Aufnahme von neuen Kategorien und Marken möglich



3
Erhöhung DESTINATIONS-RELEVANZ

- Durch deutlich umfangreicheres Sortiment, wird die Seitenrelevanz aus Kundensicht gesteigert



4
Signifikante FINANZIELLE VORTEILE

- Keine Cash/ Working Capital Belastung
- Kein Lager-Risiko



5
ATTRAKTIVITÄTS-STEIGERUNG analoger Stores

- Verkauf von Marktplatzprodukten auch in den analogen Stores über Endless Aisle-Kioske

Rezept 5:

Investieren Sie in Ihre Filialen, die Anforderungen Ihrer Kunden haben sich geändert

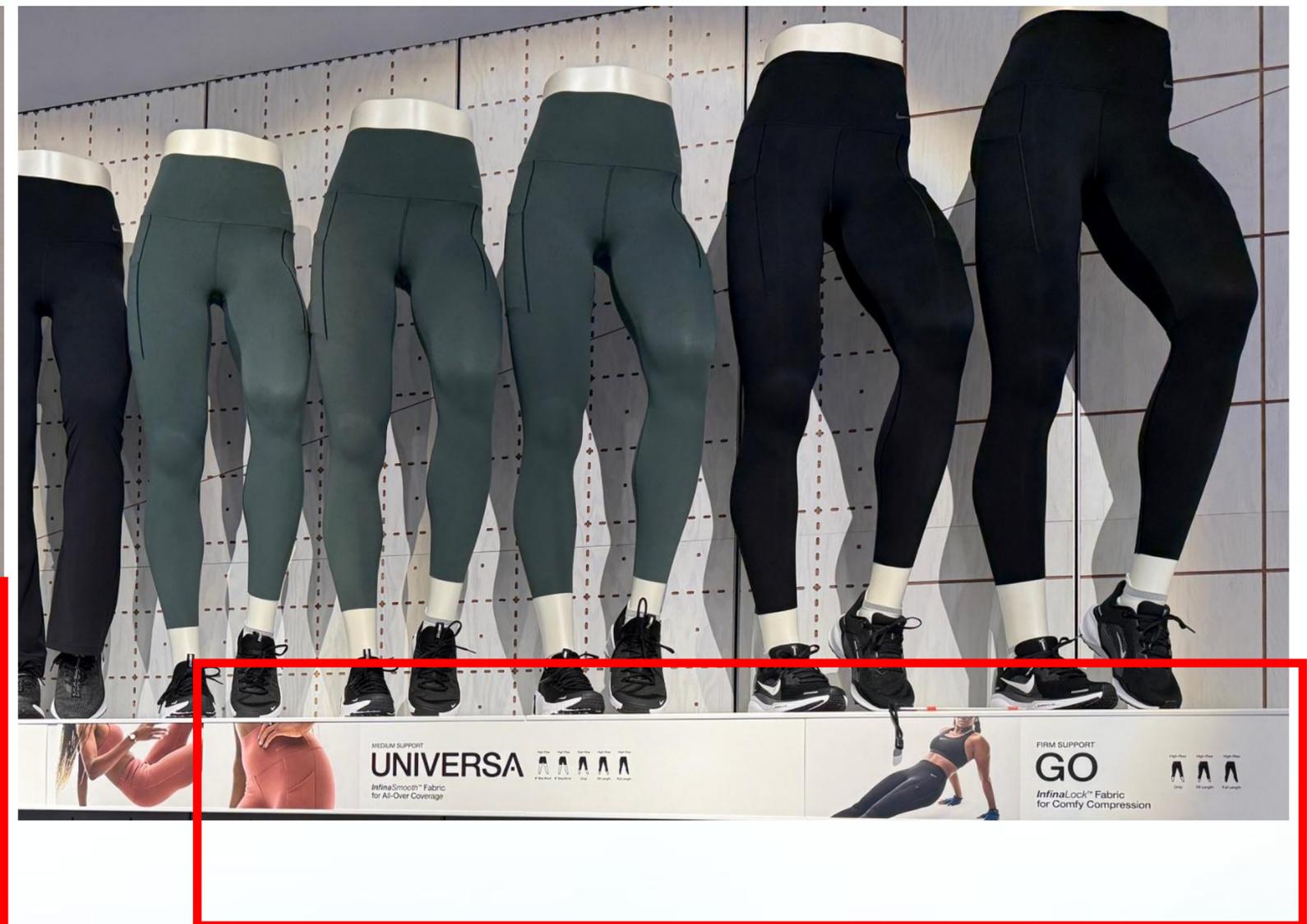
- Analoger Verkauf ist noch lange nicht tot. Nur die Anforderungen der Kunden haben sich geändert.
- Bieten und verbessern Sie das, was der online Shop nicht bieten kann:

Touch and feel

und

Top Beratung (über SB und Face2Face)

Aufgrund Personalknappheit und hoher Fluktuation wird die Investition in die SB-Beratungs-optimierte Regalgestaltung immer wichtiger



Kommunikation von Consumer Benefits und Produkt-Attributen im Regal

In beratungsintensiven Kategorien bietet die digitale Unterstützung des Beratungsprozesses umfassendes Potential zur Umsatzsteigerung



Verbesserte Beratungsqualität durch digitale Hilfsmittel

- Verbesserung des Beratungsprozesses durch Smartphone/Tablet- Einsatz
- Zugriff auf Kundenhistorie (one customer view) und dadurch personalisierte Empfehlungen
- Lagerstandsabfrage in benachbarten Filialen
- Endless Aisle Funktionalität (Zugriff auf Webshop-Sortiment)
- Integration von Omni-channel Features (send2 Home)

Rezept 6:

Nützen Sie die Frequenz Ihrer Verkaufsflächen und bieten Sie diese Ihren Lieferantenpartnern als hochattraktive Werbefläche an.



- Global verlagern sich die Werbeausgaben verstärkt an den POS.
- Nützen Sie Ihre Kundenfrequenz, installieren Sie attraktive Werbe- Auspielplätze/ insb. Screens und profitieren Sie von Zusatz-Umsatz der nahezu zu 100% Ertrag ist.
- Retail Media MUSS in Zukunft einen signifikanten Anteil Ihres DBs ausmachen

ACCELATE

www.accelate.com

The Retail Transformation Specialists

Ansprechpartner: Dr. Christian Fischer c.fischer@accelate.com