



Kundenzentrierung im Smart Retail

Der Bauplan für den digitalen und vernetzten
Lebensmitteleinzelhandel 2024

Der Paradigmenwechsel im Lebensmitteleinzelhandel

Die Herausforderung

Lieferketten, Inflation und ein drastisch verändertes Konsumverhalten fordern traditionelle Geschäftsmodelle heraus. Die reine Flächenversorgung reicht 2024 nicht mehr aus.

Die neue Normalität

Omnichannel ist der absolute Standard. Kunden erwarten die Bequemlichkeit des Internets auch im stationären Geschäft – von Click & Collect bis hin zu 24/7 Smart Stores.

Die Lösung: Hybrid & Smart

Die authentische Verschmelzung von lokaler Nähe und digitalen Services. Technologische Innovationen bilden die essenzielle Brücke zu einer konsequenten Kundenzentrierung.



Kapitel 1: Das Fundament Daten & Kundenzentrierung

Die 360-Grad-Kundensicht als Basis

Der Einzelhandel sammelt offline und online massive Datenmengen. Ein zentralisiertes Datenmanagement wandelt unstrukturierte Daten in personalisierte Erlebnisse um.

Einheitliches Kundenprofil

Zusammenführung aller Touchpoints (Mobile-First-Strategie) zu einem zentralen Profil, um die verpasste Chance unstrukturierter Daten zu beheben.

Smart MDM & CRM

Smart MDM (Stammdaten)

Zentrale Verwaltung aller digitalen Unternehmensdaten und nahtlose Echtzeit-Synchronisation mit bestehenden ERP- und Warenwirtschaftssystemen.

Datengetriebenes Marketing

Echtzeit-Datensegmentierung und Automatisierung für maßgeschneiderte Angebote, die Umsatz und langfristige Kundenbindung messbar steigern.



Kapitel 2: Der intelligente Verkaufsraum

Hardware trifft auf smarte Prozesse

Die Effizienz intelligenter Regale



Bestand in Echtzeit

Sensoren aktualisieren Bestandslisten automatisch. Fehler sinken, Nachbestellungen werden präzise, teure Überbestände gehören der Vergangenheit an.



Proaktive Information

RFID-Technologie benachrichtigt Kunden über knappe Waren oder schlägt aktiv relevante Alternativprodukte auf dem Smartphone vor.



Haltbarkeits-Überwachung

Das System kennt das MHD. Automatisiert werden Rabatte (z.B. -30%) für den Folgetag ausgespielt. Lebensmittelverschwendung sinkt drastisch.



Datenbasierte Analyse

Laufwege und Stoßzeiten werden analysiert. Integrierte Alarmer bei unbefugter Entnahme reduzieren zudem Diebstahl und Betrug (Schwund).

Preisautomatisierung mit Smart Shelf Labels (ESL)

Margensteigerung erfordert reaktionsschnelles Preismanagement. Elektronische Preisschilder erlauben eine tagesaktuelle Anpassung an den **lokalen Kontext** jeder Filiale.

1. Datenanalyse (Intern & Extern)

Auswertung lokaler Marktbedingungen, aktueller Wettbewerbspreise und vorübergehender Fehl- oder Überbestände in der Filiale.

2. Zentrale Steuerung

Fundierte Preisentscheidungen werden über das System getroffen, ohne dass händischer und fehleranfälliger Aufwand in der Filiale anfällt.

3. Echtzeit-Aktualisierung (ESL)

Digitale Preisschilder am Regal updaten sich sofort. Resultat: Erhöhte Margen, optimierter Preisindex und exakte Preise für den Kunden.



Kapitel 3: Nahtlose Checkout-Erlebnisse

Schnelligkeit als höchstes Gut

Scan & Go neu gedacht: Die PWA-Revolution

Die größte Hürde für Scan & Go war bisher der mühsame Download nativer Apps. Der Smart Checkout löst dies über eine smarte Progressive Web App (PWA).

Klassisches System

- **Hürde:** Kunde muss App im Store suchen und herunterladen.
- **Risiko:** Geringe Akzeptanzrate.
- **Backend:** Komplizierte, teure und fehleranfällige Anbindung an eigene ERP-Systeme.

Smart Checkout (Hands-Free)

- **Keine** native App nötig (Direktzugriff).
- **Nahtlose Workflows:** Click & Meet, Pick & Go, Tap & Go.
- Registrierte Kunden zahlen per hinterlegtem SEPA-Mandat.
- **Keine** eigene App-Wartung für den Händler.

Effizienz-Boost: Automatisierte Altersverifikation

“Der manuelle Alterscheck bei Alkohol und Tabak ist der größte Flaschenhals an der Supermarktkasse.”

Automatisierte, DSGVO-konforme Systeme verändern den Checkout radikal.



1. Wartezeiten drastisch reduziert

Überprüfung erfolgt in Sekundenbruchteilen, was den gesamten Kassiervorgang beschleunigt.



2. Höchste Genauigkeit & Compliance

Menschliche Fehler werden minimiert. Elektronische Dokumentation schützt vor rechtlichen Strafen.



3. Personalentlastung

Mitarbeiter gewinnen wertvolle Zeit für Service und Ladenpflege, statt Ausweise zu kontrollieren.



Kapitel 4: Omnichannel & Erweiterte Services

Die Filiale als Logistik-Hub

Hybrider Vertrieb: Click & Collect und WOLT

Der Mobile Shop & Click & Collect

Kunden betrachten Online-Lebensmittelkäufe als langfristige Präferenz, nicht als Trend.

- Click & Collect: Online bestellen, im Laden abholen.
- Click & Delivery: Bequeme Lieferung nach Hause.

Ein nahtloses Erlebnis auf dem Smartphone ist der Schlüssel zur Kundenbindung.

WOLT Lieferservice-Integration

Die direkte Antwort auf die Nachfrage nach extrem schnellen Lieferungen.

- Erschließung komplett neuer, digital-affiner Zielgruppen.
- Bewältigung von Spitzenzeiten ohne Aufbau eigener Logistik-Ressourcen.
- Detaillierte Datenanalysen zur Optimierung des Sortiments.

Paketschließfächer: Neue Frequenzbringer

Die Integration von Abholstationen macht das Lebensmittelgeschäft zum alltäglichen Service-Knotenpunkt im Quartier.

Kundenbindung (Nutzen & Komfort)

Die Filiale wird als äußerst nützlicher Ort im Alltag wahrgenommen, da Kunden ihre Wege effizient bündeln können.

Neue Revenue-Streams (Zusatzeinkommen)

Gebühren für die Schließfachnutzung generieren eine planbare, konstante Einnahmequelle ohne Wareneinsatz.

Logistik-Vorteil (Effizienz)

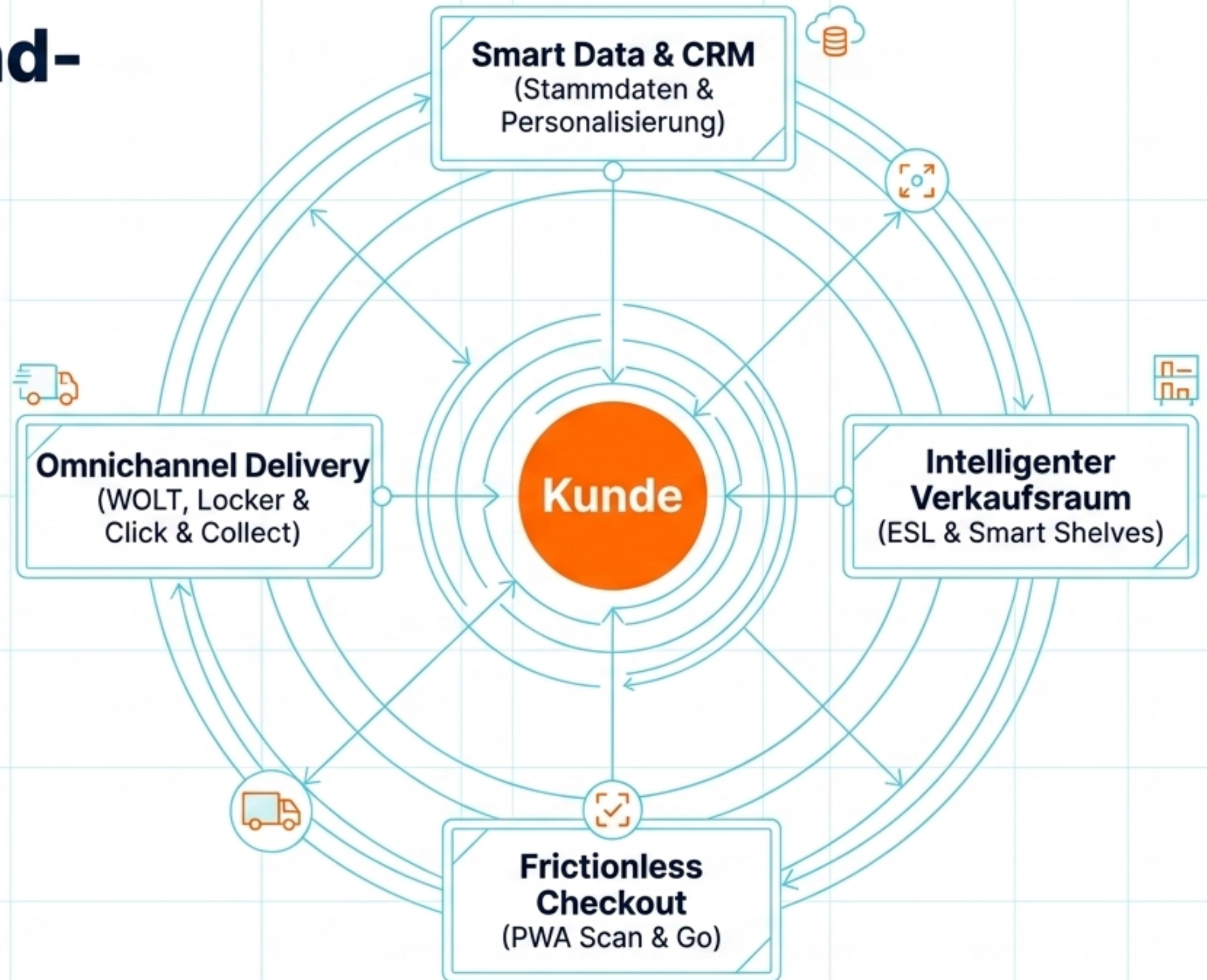
Paketservices stellen zentral zu, was Verkehrsaufkommen, Zustellversuche und Logistikaufwand spürbar reduziert.

Verkaufsförderung (Cross-Selling)

Die durch Abholungen gesteigerte Frequenz wird durch gezielte Instore-Media sofort monetarisiert.

Fazit: Das 360-Grad-Retail-Ökosystem

Die Zukunft des Lebensmittelhandels liegt in der nahtlosen Integration aller Kanäle – gesteuert aus einer einheitlichen Datenbasis (Single Source of Truth). Medienbrüche werden eliminiert, der Kunde steht immer im Zentrum.



Vielen Dank

Haben Sie Fragen zum Thema Smart Retail?
Kontaktieren Sie uns für Ihr Feedback oder eine Beratung.

info@smartstore.com
Telefon: +49 (0)231 5335-0
(Mo - Fr, 10:00 - 16:00 Uhr)

Smartstore AG
Kaiserstraße 63-65, 44135 Dortmund
Telefon: +49 (0)231 5335-0
Fax: +49 (0)231 5335-101