

Omnichannel einfach skalieren – mit der eigenen Marktplatz-Lösung

Kunden von heute sind Best-Practise-Einkaufserfahrungen gewöhnt. Amazon ist hier die unangefochtene Messlatte - der Marktplatz mit der größten Anzahl an Drittanbietern, einer endlosen Produktvielfalt zu wettbewerbsfähigen Preisen bei höchster Servicequalität. Gleichzeitig hat sich eine neue Generation von Händlern herausgebildet, die sich auf eine Produktkategorie spezialisiert haben, die ehemals nur von stationären Einzelhändlern besetzt war. Beispiele im Bereich Fashion sind „Farfetch“ und „Lyst“, „Etsy“ für Hans-Made-Produkte und „Newegg“ bei Elektronikartikeln – sie alle wurden mit einem Marktplatz-Modell erfolgreich.

Größere Produktvielfalt ohne Bestandserhöhung bieten

Ein Schlüssel für Omnichannel-Erfolg ist die Verbesserung des stationären Einkaufserlebnisses durch einen überzeugenden Online-Auftritt. Dies erfüllt die Erwartungen der heutigen Kunden – ein Aspekt, den Pure-Player nicht erfüllen können.

Schätzungen zufolge werden bis 2020 fast 40 Prozent des Online-Umsatzes auf Marktplätzen generiert.

Einen Marktplatz aufzubauen, der mit Amazon oder der neuen Generation an Einzelhändlern konkurrieren kann, scheint disruptiv oder unvereinbar mit den herkömmlichen Geschäftsmodellen, doch diese Annahme ist falsch. Der Markt zeigt, dass Omnichannel-Unternehmen durch den Aufbau eines eigenen Marktplatzes ihr Produktportfolio erweitern, die Rentabilität steigern und den Service und die Zufriedenheit ihrer Kunden wesentlich

verbessern. Dabei verursacht der Aufbau eines Marktplatzes nur minimale Kosten und keinen Verwaltungsaufwand.



89 Prozent der Befragten gaben an, mit dem Einkaufsservice auf einem Marktplatz sehr zufrieden zu sein.

Forrester Research, Mai 2016

Bauen Sie Kundenbeziehungen über alle Vertriebswege auf

Den Kunden eine so breite Produktauswahl zu bieten, wie sie es von einer Marke erwarten, ist der Schlüssel für ein exzellentes Einkaufserlebnis und nachhaltige Steigerung der Omnichannel-Umsätze. Ein Marktplatz bietet schnell und einfach die große Produktvielfalt, die sich der Großteil der Kunden wünscht.

Gleichzeitig werden negative Kunden-Erfahrungen vermieden, wie die Nichtverfügbarkeit von Produkten. Ein Marktplatz erlaubt es außerdem, neue Produkte risikolos zu testen, ohne das Risiko von Einkauf, Lager und Logistik.

Ein Marktplatz verbindet Online- und Offline-Geschäft und schafft dadurch ein

überlegenes Omnichannel-Erlebnis. Die Kunden haben eine beliebig skalierbare Auswahl an Produkten. Außerdem binden Marktplatz-Funktionen wie „Click & Collect“ und „Buy Online – Return-In-Store“ die Kunden in den Omnichannel ein erhöhen so die Wahrscheinlichkeit von Zusatzkäufen.

Sortimentserweiterung ohne Risiko

- Beliebige Erweiterung des Produktsortiments ohne Inventur- oder Fixkosten
- Schnell und einfach neue Anbieter einbinden
- Ergänzende Produkte präsentieren

Steigerung der Kundenbindung

- Kundenzufriedenheit auf allen Kanälen verbessern
- Kunden flexible Einkaufsoptionen bieten – Online kaufen oder Click & Collect im Shop
- Nutzung der Marketplace Intelligence, um Kunden relevante Angebote zu unterbreiten

Neukundengewinnung

- Neuen Traffic für das stationäre Geschäft. Die Erfahrung zeigt, dass Click & Collect-Shops den stationären Umsatz um 10 Prozent erhöhen können
- Entgangene Verkäufe durch ausreichende Verfügbarkeit vermeiden und passende Produktvielfalt bieten
- Internationalisierung mit minimalem Ressourceneinsatz umsetzen

Die Mirakl Marketplace Platform™ ist die einzige voll integrierte Lösung für eine schnelle Sortimentserweiterung sowie zur raschen Steigerung der Kundenreichweite und Customer-Loyalty – und das alles bei minimalem Ressourcenaufwand.

Investieren Sie in Wachstum – mit der Mirakl Marketplace Platform™

Über die modernste API-basierte Technologie der Mirakl Marketplace Platform™ ist es möglich, sich sowohl direkt an die eigenen als auch an die Systeme anderer Anbieter im E-Commerce-Ökosystem anzuschließen. Dies erlaubt eine

automatisierte Katalogintegration und -verwaltung, die Kommunikation zwischen Betreiber und Anbieter sowie die Einrichtung und Verwaltung von Regeln für den Versand, die Logistik, den Kundenservice und die Leistung von Anbietern.



Funktionen, die speziell auf die Anforderungen des Omni-Channel-Geschäfts ausgerichtet sind

- **Click and Collect**
Kunden kaufen online ein und holen den Artikel im Laden ab.
- **Buy Online, Exchange/Return In-Store**
Kunden kaufen online ein. Der Rückversand oder der Aus- und Umtausch wird direkt im Laden abgewickelt.
- **Marketplace Governance**
Ermöglicht die einfache Schaffung von Regeln für Logistik und Customer Service Levels und erlaubt die Performance zu überwachen, um eine hohe Qualität des Einkaufserlebnisses zu gewährleisten.
- **Pre-packaged Workflows**
Vorkonfigurierte, anpassbare Workflows halten Prozesse rund um Angebote, Aufträge, Preisstrategien und Logistik effizient.
- **Multi-Vendor Order Management**
Bietet Marktplatz-Betreibern einen Einblick in die gesamte Bestellabwicklung, um die Leistung der Anbieter zu überwachen sowie dem Kunden Einsicht in den Auftragsstatus zu gewähren (ein großer Vorteil gegenüber Drop-Ship).
- **Multi-vendor Catalogue Management**
Vereinfacht die Integration komplexer Produktkataloge mit Mirakl Catalog Integration (MCI®).

Mirakl ist der weltweit führende Anbieter von Online-Marktplatz-Plattformen. Omni-Channel-Kunden wie Best Buy Canada, Game, Darty und Woolworths vertrauen auf Mirakl, um ein echtes Omni-Channel-Erlebnis für Kunden zu schaffen und die Rentabilität über eine erhöhte Produktvielfalt sowie optimierte Margen zu verbessern – und das alles, ohne den eigenen Bestand zu erhöhen. Weitere Informationen unter: www.mirakl.com