



Handelsplattformen für Einkaufsgenossenschaften

Chancen der Digitalisierung clever und effizient nutzen

Die Kundschaft denkt und handelt heute digital: Menschen informieren sich überwiegend online über Produkte, selbst wenn sie anschließend im stationären Handel kaufen. Dabei erwarten sie, dass Produktinformationen wie Preis und stationäre Verfügbarkeit jederzeit online verfügbar sind – was auch Google als Go-to-Informationplattform immer stärker unterstützt. Darin stecken viele Chancen für Genossenschaften. Denn Kunden, die sich immer öfter online informieren, lassen sich sehr gezielt über digitale Kanäle

wie Webshops oder mobile Apps ansprechen. So können Händler ihnen rund um die Uhr einen umfassenden Service bieten, dabei ihren stationären Handel mit einbringen und eine langfristige Kundenbeziehung aufbauen.

Und auch für die interne Kommunikation ergeben sich aus dem digitalen Wandel zahlreiche Vorteile: Vom Wareneinkauf, über die Lagerverwaltung, bis hin zum Marketing und der Kommunikation lassen sich Prozesse wesentlich effizienter gestalten.

Flexibilität ist gefragt

Durch diese Marktentwicklungen sehen sich Einkaufsgenossenschaften jedoch auch mit mehreren technischen Herausforderungen konfrontiert, die nicht mit einer simplen "08/15-Software" beantwortet werden können. Vielmehr benötigen sie eine zentrale, sehr flexible Kommunikationsplattform, um den zahlreichen Anforderungen gerecht zu werden – heute schon und künftig dringender denn je.

Allen Seiten gerecht werden

Üblicherweise haben es zentrale Einkaufsgenossenschaften mit verschiedenen Geschäftspartnern und Einkaufs- bzw. Verkaufskanälen mit unterschiedlichen Anforderungen zu tun:

