

ERHEBUNGSMETHODEN



Der stationäre Handel wird transparent

INNOFACT Retail-Checkout

Das Verhalten von Kunden anlässlich von Kaufakten genauer zu untersuchen, wird immer lohnender – schon allein, weil immer mehr Daten rund um einzelne Kunden anfallen. Hersteller und Handel können damit viel rascher wissen, warum welches Produkt Erfolg hat oder floppt.

INNOFACT hat ein Tool entwickelt, das es insbesondere stationären Händlern erlaubt, kontinuierlich Befragungen unter Kunden durchzuführen, die aktuell im Laden gekauft haben. Direkt im Anschluss an den Kauf wird dabei in Form eines Coupons zu einer Online-Befragung eingeladen.

Vorbei sind damit auch die Zeiten, in denen Interviewer im Geschäft auskunftsbereite Kunden abpassen mussten. Die zu Befragenden können ganz entspannt im Nachgang zum Einkauf ihr Feedback auf dem Smartphone oder zu Hause am PC geben.

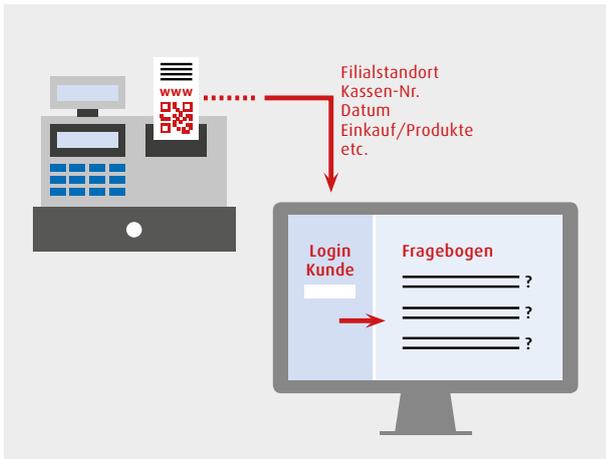
LÖSUNGEN

Methoden
Retail-Checkout



Gehen Sie dem Verhalten Ihrer Kunden auf den Grund

Insbesondere als Handelsunternehmen haben Sie die Chance, Big Data nun konkret umzusetzen. Mit Hilfe von Coupons, die kundenindividuell nach dem Kassenvorgang generiert und ausgedruckt werden, kann **INNOFACT** eine anschließende Befragung durchführen. Damit erhalten Sie aktuelle Informationen zu Verhalten und Zufriedenheit Ihrer Kunden und lernen, wo Angebote und Services verbessert werden können.



So funktioniert es

Kunden erhalten beim Zahlungsvorgang in einer beliebigen Filiale zusammen mit dem Kassenschein einen Coupon mit der Bitte, an einer Befragung teilzunehmen. Die Teilnahme erfolgt über Aufruf einer URL oder direkt durch Scannen eines QR-Codes. Impuls zur Ausgabe des Coupons kann z.B. ein bestimmtes vom Kunden gekauftes Produkt, die Zusammensetzung seines Warenkorbs oder die Nutzung einer Kundenkarte sein.

Beim späteren Login des Kunden auf dem **INNOFACT-Befragungsserver** findet ein automatisierter Gültigkeitscheck mit dem Kassenserver des Händlers statt. Dabei können Informationen zum Ausgabeort des Coupons (Filiale, Kassen- oder Verkaufspersonalnummer, Ausgabedatum etc.) oder zu den erwor-

benen Produkten mitgeliefert werden. Diese Daten werden im Datensatz zusammen mit den Antworten abgelegt. So weiß **INNOFACT**, wo und was Ihr Kunde gekauft hat, und kann ihn entsprechend individuell befragen.

Diese Fragen werden beantwortet

- Wie ist die Weiterempfehlungsbereitschaft Ihrer Kunden (NPS)?
- Warum kaufen Kunden bestimmte Produkte?
- Wie kommen Neuprodukte an?
- Wie zufrieden sind Kunden mit dem Produktsortiment?
- Wie wird die Ladengestaltung wahrgenommen?
- Wie zufrieden sind Kunden mit einzelnen Elementen wie Service, Beratung, Sauberkeit, etc.?

Das liefert INNOFACT

- Zielgerichtete Befragungen spezieller Kundengruppen, z.B. Käufer bestimmter Marken oder Kundenkarten-Inhaber.
- Generierung handlungsrelevanter Erkenntnisse durch Kombination von Befragungs- und Kundendaten.
- Weitervermarktungsmöglichkeit des Befragungstools gegenüber Ihren Lieferanten, indem z.B. Käufer von Neuprodukten gezielt befragt werden.
- Zeitlich flexible Einsatzmöglichkeiten (Aktionszeitraum vs. Dauerbetrieb).
- Hohe Teilnahmequoten und damit Stärkung von Kundenbindung und Image.
- Geringer Entwicklungsaufwand durch hochstandardisierte Methodik.
- Dashboardzugang zu live Ergebnissen, z.B. zum NPS auf Ebene von Einzelfilialen oder Vertriebsgebieten.
- Möglichkeit, über anschließende Verlosungen etc. Adressdaten der Kunden zu generieren.

Foto: Fotolia.de