

KI im Handel

Kein künstliches Konzept,
sondern eine intelligente
Strategie



verizon[✓]
business

Künstliche Intelligenz (KI) ist seit einigen Jahren auf dem Vormarsch. Von Chatbots bis zu smarten Lautsprechern und von KI generierten Kunstwerken über intelligente Fertigungsstätten bis zu Datenanalysen – die Liste wird immer länger. Die Einsatzmöglichkeiten für KI sind nahezu unbegrenzt. Und da die Technologie ständig weiterentwickelt wird, finden immer mehr Unternehmen aus allen Branchen interessante und innovative Anwendungsbereiche.

Zu den Branchen, in denen KI bereits viel verändert hat, gehört der Handel. Händler können mit KI ihre internen Prozesse automatisieren, fundierte Entscheidungen treffen und neue Technologien einsetzen, die das Kundenerlebnis verbessern. KI verspricht neue Geschäftschancen für den Handel. Aber wie setzen Händler sie in der Praxis ein? Was wird die Zukunft bringen?

Wesentlich effizientere Prozesse

Ein offensichtlicher Einsatzbereich von KI ist die Optimierung und Straffung von Prozessen und Abläufen. Da KI immer größere Datensätze verarbeiten und analysieren kann, wird sie von vielen Händlern für zeitaufwändige Aufgaben wie die Prüfung von Lagerbeständen und das Inventarmanagement genutzt. Dadurch werden Mitarbeiter entlastet, die diese Aufgaben zuvor manuell erledigen mussten, und können sich stärker auf die Verbesserung des Kundenerlebnisses konzentrieren. Wenn zeitaufwändige Routineaufgaben von Computern übernommen werden, lassen sich menschliche Fehler vermeiden und das Inventarmanagement präzisieren.

Bessere Kontrolle und präzise Anpassungen dank KI

KI vereinfacht den Abruf und die Analyse von Daten erheblich. Händler können dadurch fundierte Entscheidungen in diversen Geschäftsbereichen treffen.¹ Außerdem lassen sich so ganz unterschiedliche Daten erfassen – von der Nachfrage der Kunden bis zu Produkten von Mitbewerbern und saisonalen Trends. Mithilfe dieser Informationen können sie ihre Preisstrategien anpassen. Außerdem sind all diese Daten in Echtzeit abrufbar. Das bedeutet, Händler können schnell auf Änderungen reagieren und ihre Prozesse und geplanten Aktivitäten anpassen.

„ **Händler können Daten nahezu in Echtzeit erfassen und dadurch schnell auf Änderungen reagieren.**

KI kann auch für die Kontrolle der Lieferkette eingesetzt werden, um Probleme frühzeitig zu erkennen und zu beheben. Da Händler wichtige Eckdaten wie Kaufrends, bisherige Verkäufe und Standorte analysieren, können sie auch die Nachfrage präziser prognostizieren und dann die entsprechenden Maßnahmen ergreifen.



¹ John Taylor, 2021, [AI decision making: the future of business intelligence](#)

Schnellere Bezahlvorgänge

Da KI-Prozesse sehr schnell ausgeführt werden können, lässt sich damit auch das Kundenerlebnis im Laden verbessern und der Einkauf schneller abwickeln. KI kann beispielsweise Kunden helfen, die an Self-Service-Portalen ihre Käufe selbst scannen, und für einen reibungslosen Bezahlvorgang sorgen. Dadurch sparen nicht nur die Kunden Zeit, sondern auch die Mitarbeiter, die sich stattdessen anderen Aufgaben widmen können.

KI kann auch für zusätzliche Sicherheit bei Kreditkartenzahlungen und damit einen besseren Schutz der Kunden sorgen. Kreditkartenabrechnungen werden in Echtzeit verarbeitet, sodass Anbieter anhand von ungewöhnlichen Nutzungsmustern oder Verhaltensweisen potenziellen Betrug besser erkennen können.

Die passenden Antworten

Es geht aber nicht nur um die Beschleunigung der Prozesse. KI kann auch bei der Beantwortung von Kundenfragen – sowohl bei häufig gestellten Fragen als auch bei komplexeren Problemen. Für einfache Fragen eignen sich Chatbots auf Terminals in den Läden oder auch mobile Apps, um Kunden zu helfen, die gewünschten Produkte im Laden zu finden oder die Verfügbarkeit im Lagerbestand zu prüfen. Ein Beispiel für komplexere Probleme ist ein Kunde, der ein Foto des gesuchten Produkts zeigt. In diesem Fall könnte der Händler das Bild scannen und mithilfe von KI – und leistungsstarken maschinellen Lernverfahren – feststellen, ob er dieses Produkt vorrätig hat, oder gegebenenfalls eine Alternative anbieten.



Innovative Anwendungsbereiche

Händler finden auch immer neue Anwendungsbereiche für KI. Eine Möglichkeit ist die Analyse des Kaufverhaltens und der -interessen, um mehr über ihre Kunden zu erfahren. Diese Erkenntnisse helfen ihnen dann, bessere, attraktivere und personalisierte Kundenerlebnisse anzubieten, die die Käufer begeistern und die Markentreue stärken.

Ein Beispiel dafür ist die Spracherkennung.² Händler können diese neue KI-gestützte Technologie in ihren Contact Centern implementieren, um schnell Bestandskunden von Neukunden zu unterscheiden. Bei Bestandskunden (die der Nutzung der Spracherkennung zugestimmt haben) können die Contact-Center-Mitarbeiter sofort die entsprechenden Kundendaten abrufen, wie vorherige Suchanfragen und Käufe. So können die Mitarbeiter besser auf den jeweiligen Kunden eingehen und Produkte und Dienste empfehlen, die zu seinen Interessen und Vorlieben passen. Das verbessert das Kundenerlebnis und stärkt gleichzeitig die Kundenbindung.

„ Verkäufer können Kunden gezielt Produkte präsentieren, die diese am meisten interessieren.“

² Ashok Krish, 2023, [How To Enhance The Customer Experience Using AI And Voice Biometrics](#)

Aussagekräftige Heatmaps

Sogenannte Heatmaps sind ein weiteres wichtiges Tool zur Ermittlung des Kundenverhaltens.³ Mithilfe strategisch platzierter Kameras im Laden und spezieller Computersoftware können Händler wichtige Fragen beantworten, zum Beispiel:

- Welche Produkte werden am häufigsten in die Hand genommen?
- Welche Produkte werden am häufigsten wieder ins Regal gelegt?
- Wohin gehen die Kunden, nachdem sie ein Produkt zurückgelegt haben?
- Wie bewegen sich Kunden durch den Laden?
- Welche Bereiche im Laden werden am häufigsten bzw. am wenigsten besucht?
- Zu welchen Zeiten herrscht am meisten bzw. am wenigsten Betrieb?

Diese Daten bilden dann die Grundlage für die Entwicklung neuer Strategien. Händler können feststellen, welche Produkte die Kunden interessieren und welche sie ignorieren. Sie sehen sofort, welche Strategien effektiv sind und welche nicht so gut greifen, und können dann den Laden entsprechend umgestalten. Sie können die besten Stellen für Werbung oder Sonderangebote identifizieren. Vor allem aber können sie die Auswirkungen und den Erfolg ihrer Änderungen nachvollziehen.



Vier Möglichkeiten zur Absatzsteigerung mit KI

Die Vorteile dieser Anwendungsbereiche sind zwar eindeutig, aber dennoch bleibt eine zentrale Frage: Wie lassen sich mit KI der Absatz ankurbeln und die Umsätze steigern? Das ist in vier Bereichen möglich:

1. Besseres Kundenerlebnis: Händler können mit KI Kundendaten analysieren, um attraktivere, personalisierte Kundenerlebnisse anzubieten, zum Beispiel durch individuelle Empfehlungen basierend auf den Vorlieben und bisherigen Käufen des Kunden. Das heißt, sie können Kunden gezielt Produkte und Angebote präsentieren, die diese am meisten interessieren. Und ein besseres Kundenerlebnis stärkt zudem die Markentreue.

2. Effektiveres Inventarmanagement: KI kann Händler beim Inventarmanagement unterstützen. KI-Funktionen können beispielsweise den Bestand überwachen und Mitarbeiter benachrichtigen oder sogar selbst Bestellungen aufgeben, wenn der Vorrat knapp wird. Damit sorgen Händler dafür, dass beliebte Produkte immer vorrätig sind.

3. Intelligente Preisgestaltung: Händler können mithilfe von KI Daten zur Nachfrage, zu saisonalen Trends, zum Erfolg von Mitbewerbern und zu anderen wichtigen Faktoren erfassen und analysieren. Anhand dieser Informationen können sie dann ihre Preise anpassen, Sonderangebote erstellen und Kunden über Angebote und Preisänderungen informieren. Außerdem können sie dafür sorgen, dass sie stets die gewünschten Produkte vorrätig haben – und zwar zum optimalen Preis.

4. Schnelle Unterstützung: Kunden können Chatbots und Terminals in den Läden nutzen, um Antworten auf einfache Fragen zu erhalten, zum Beispiel zur Produktverfügbarkeit, und die gesuchten Produkte zu finden. Die Kunden profitieren dadurch von einem schnellen und reibungslosen Einkauf und die Mitarbeiter werden entlastet, sodass sie sich anderen Aufgaben widmen können.

³Neuratum, 2023, In-store heat map | X-MAP

Passgenau und maßgeschneidert

KI kann aber nicht nur zur Absatzsteigerung und für effizientere Abläufe eingesetzt werden, sondern auch das Einkaufserlebnis der Kunden verbessern und ihnen helfen, ihre eigenen Vorlieben besser kennenzulernen. Mit KI-Funktionen für Umkleidekabinen oder intelligenten Spiegeln können Kunden beispielsweise sehen, wie ihnen ein bestimmtes Outfit steht. Sie müssen sich nicht mehr in enge Kabinen zwängen und etliche Kleidungsstücke anprobieren, bis sie das richtige gefunden haben. Mithilfe von KI-Technologien können sie schnell und einfach Artikel austauschen, andere Farben wählen oder Empfehlungen basierend auf ihren bisherigen Käufen erhalten. Das steigert die Kundenzufriedenheit.

„ Mithilfe von KI-Technologien können Käufer schnell und einfach Artikel austauschen, andere Farben wählen oder Empfehlungen erhalten.

Davon profitieren auch die Händler. Kunden finden meist gleich das passende Produkt, wodurch die Rückgabequoten sinken – so sparen Händler Zeit und Geld.⁴ Da diese Technologie Vorteile für Kunden und Händler bietet, ist es kaum verwunderlich, dass die Nachfrage nach virtuellen Umkleidekabinen sich bis 2025 mehr als verdoppeln soll.⁵

Andere Händler nutzen ähnliche neue Technologien für ihre Zwecke. Möbelhäuser verwenden beispielsweise KI-gestützte Augmented-Reality-Funktionen (AR), um Kunden zu zeigen, wie bestimmte Produkte in ihrem Zuhause aussehen. Kunden benötigen nur ein Foto des Zimmers, in dem das neue Möbelstück stehen soll, und die AR-Funktion übernimmt den Rest. Auch Autohändler nutzen AR und Virtual Reality (VR), um Kunden die verschiedenen Modelle zu zeigen. Kunden können

sich auf diese Weise verschiedene Optionen ansehen und anschließend besser ihre Entscheidung treffen.

Der Handel der Zukunft – mit Verizon als Partner

Die Technologien werden immer effektiver und die Kunden gewöhnen sich zunehmend an die Nutzung smarter Angebote – KI ist in Zukunft aus dem Handel nicht mehr wegzudenken. Doch die Wahl und die korrekte Implementierung dieser Technologien ist nicht immer ganz einfach. Ein erfahrener Partner wie Verizon kann Ihnen helfen, diese Lösungen optimal zu nutzen.

Wir können Ihnen helfen, die Vorteile von KI für den Handel im Allgemeinen und Ihr Unternehmen im Speziellen zu erkunden. Wir betrachten die Funktionen und Vorteile der verschiedenen KI-Technologien und wählen gemeinsam die optimale Lösung für Ihre Zwecke aus. Wir zeigen Ihnen auch gern, welche Aufgaben im Handel sich mithilfe von KI optimieren lassen. Außerdem ermitteln wir die effektivste KI-Methode, mit der Sie Daten zu wichtigen Bereichen wie dem Kundenverhalten und Kaufrends erfassen und analysieren können. Doch vor allem entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen eine Strategie, wie Sie mit KI die Prozesse optimieren, die Daten schützen, das Kundenerlebnis verbessern und den Absatz steigern können.

Technologie allein reicht nicht aus. Sie benötigen auch das richtige Netzwerk, auf dem diese Lösungen aufsetzen. Wir können Ihnen helfen, eine zuverlässige digitale Infrastruktur zu erstellen und betreiben, die Ihre Anforderungen an KI-gestützte Lösungen erfüllt. Die Kombination aus innovativen Technologien, Sicherheit, Expertise und leistungsstarken digitalen Netzwerken ist mehr als nur intelligenter Handel. Das ist Enterprise Intelligence.

Weitere Informationen dazu, wie Verizon Sie bei der Wahl und Implementierung von Technologien für den modernen Handel unterstützen kann, finden Sie [hier](#).



⁴ Valuates Reports, 2022, [Virtual Fitting Room Market Report](#)

⁵ Andrea Byrne, 2020, [Virtual fitting room market forecast to double by 2025](#)



© 2023 Verizon. Alle Rechte vorbehalten. Der Name Verizon Business und das Verizon Logo sowie alle anderen Namen, Logos und Slogans, die sich auf die Produkte und Dienste von Verizon beziehen, sind Marken und Dienstleistungszeichen oder eingetragene Marken und Dienstleistungszeichen von Verizon Trademark Services LLC oder seinen angeschlossenen Unternehmen in den USA und/oder anderen Ländern. Alle anderen Marken und Dienstleistungszeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.