

Optimierung der Prozesslandschaft im Omnichannel-Commerce

Am Beispiel von Retail Media



Bitte beachten:



**Mikrofon &
Kamera bleiben
aus**



**Fragen über den
Q&A-Bereich
stellen**



**Webinar wird
aufgezeichnet
und im Anschluss
verschickt**



Agenda

- Kurzvorstellung
- Einführung Omnichannelprozesse
 - Umfrage
- Omnichannel-Anwendungsbeispiel
- Prozesse und Systeme
- Pace-Layer-Modell nach Gartner
- REMIRA

Ihr Referent:

Martin Spitzenberg

Head of Presales Commerce

+49 172 6746182

martin.spitzenberg@remira.com



Mehr Informationen unter

[REMIRA.COM](https://remira.com) oder



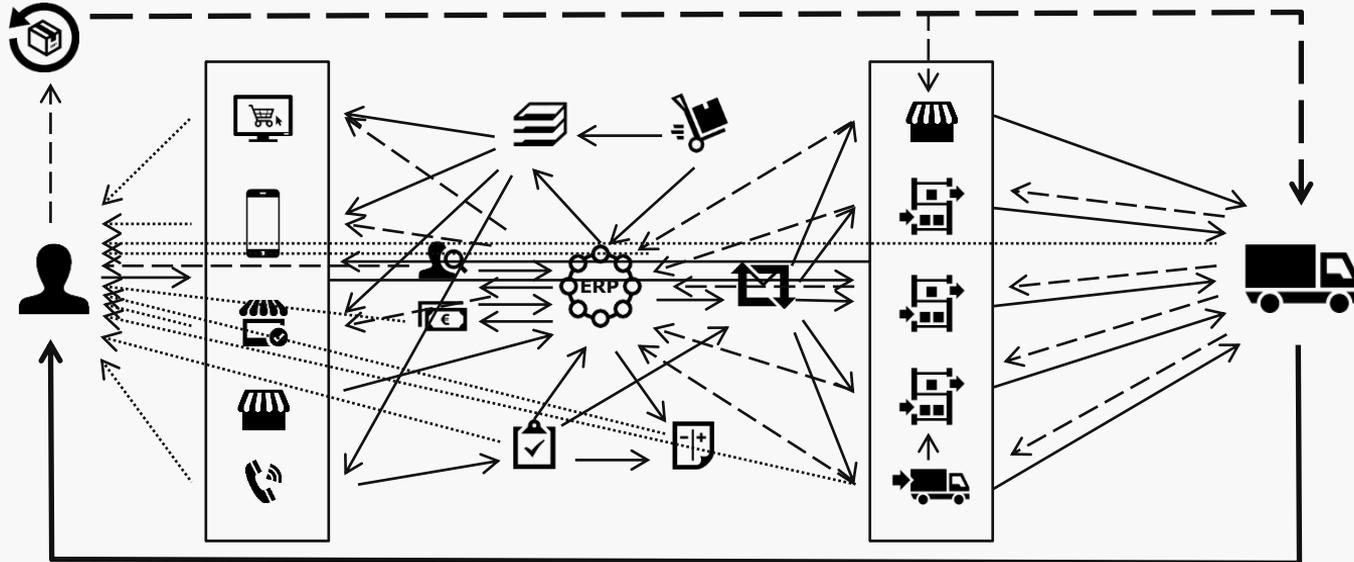


Omnichannelprozesse



Omnichannel bedeutet Komplexität

Viele unterschiedliche Systeme





OMNICHANNEL SZENARIEN I

Online Verfügbarkeitscheck



Vorteile Kunde

- Sicherstellung der Verfügbarkeit
- ROPO Effekt (Research Online, Purchase Offline)

Vorteile Händler

- Kunde kommt in Filiale
- Generierung von Impulskäufen
- Sichtbarkeit

Click & Collect



Vorteile Kunde

- Online bezahlen
- Ausprobieren der Ware
- Sicherstellung der Verfügbarkeit

Vorteile Händler

- Kundenindividuelle Beratung
- Mehr Online-Kunden für die stationäre Filiale

Click & Reserve



Vorteile Kunde

- Ausprobieren der Ware
- Sparen der Versandkosten
- Wegfall der Wartezeit bei der Post (Abholung, Retoure)

Vorteile Händler

- Kundenindividuelle Beratung
- Generierung von stationären Impulskäufen

Retoure in Filiale



Vorteile Kunde

- Wegfall der Wartezeit bei der Post (Abholung, Retoure)

Vorteile Händler

- Kundenindividuelle Beratung
- Generierung von Impulskäufen
- Mehr Kunden für die stationäre Filiale



OMNICHANNEL SZENARIEN II

Ship from X



Vorteile Kunde

- Schnelle Lieferzeit
- Hohe Warenverfügbarkeit

Vorteile Händler

- Schneller Versand
- Kurze Lieferwege

Digitales Regal



Vorteile Kunde

- Service
- Warenverfügbarkeit

Vorteile Händler

- Erweiterung des Sortiments
- Reduzierung des Filiallagers

Restantenverwertung auf Marktplätzen



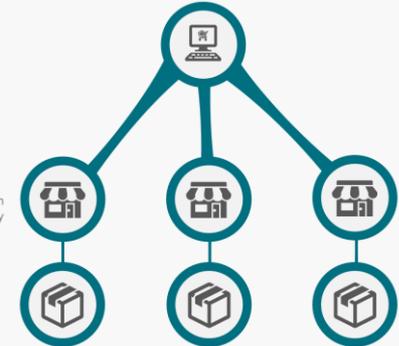
Vorteile Kunde

- Wegfall der Wartezeit bei der Post (Abholung/Retoure)

Vorteile Händler

- Kundenindividuelle Beratung
- Generierung von Impulskäufen
- Mehr Kunden für die stationäre Filiale

Marke/Händler wird Marktplatz



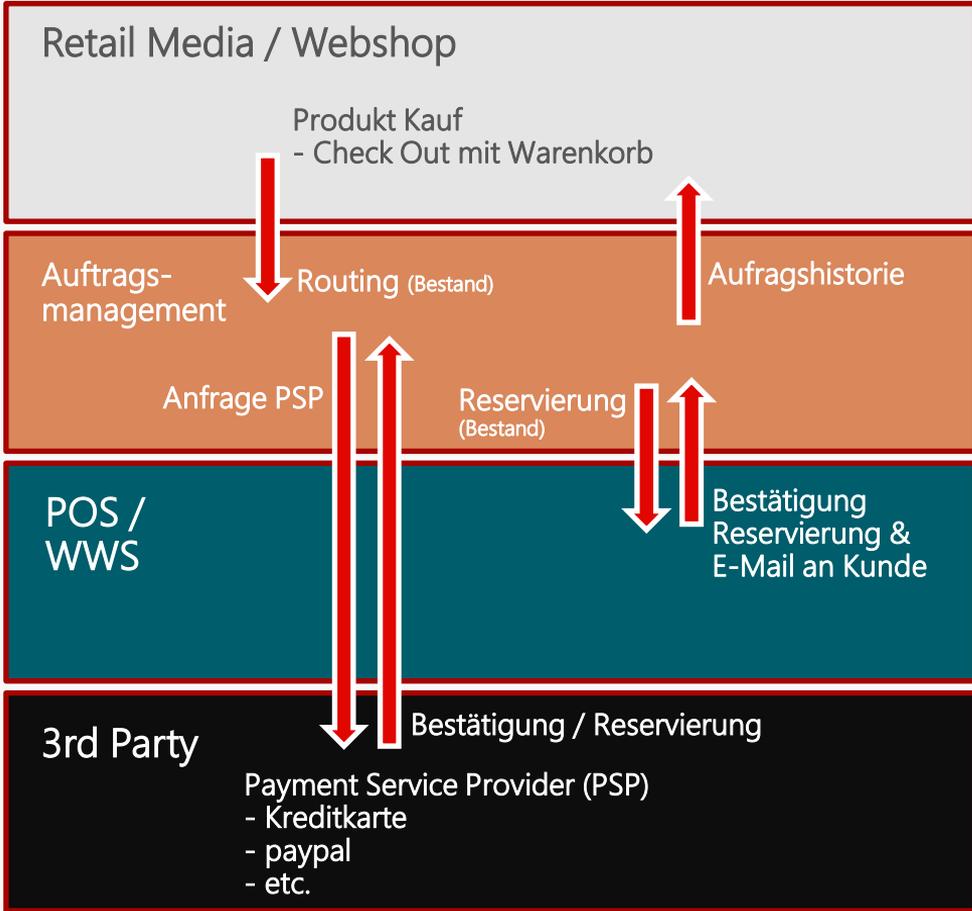
Vorteile Kunde

- Breiteres Produktportfolio

Vorteile Händler

- Größeres Angebot
- Höhere Warenverfügbarkeit

SHIP FROM X



Ship from X



Umfrage

Omnichannel Digital-Signage bei PIER 14: Neues Kundenerlebnis auf der Verkaufsfläche



Pier 14



- Gründung 1991 mit 1 Store
- Marken: Pier 14, Strandläufer, Super Sale, Marc O'Polo, LIEBESKIND, Jack Wolfskin, Wellensteyn
- Anzahl Filialen 16
- Anzahl Kassen 16
- Anzahl Mitarbeiter: innen > 150
- Umsatz > 12 Mio. €
- Eingesetzte Systeme
 - REMIRA Retail
 - REMIRA POS
 - REMIRA Commerce Cloud
 - REMIRA Instore App



Initiales Projektziel

- Mehrwert für Kunden durch interaktive Touchscreens und besseren Beratungsservice
- Neue Technologien sollten nahtlos in die bestehende Omnichannel-Strategie integriert werden, ohne die Abläufe für das Pier14-Team komplizierter zu machen



Interaktive Touchscreens

- Kunden können Produkte über Touchscreens mit RFID-Technologie ansehen und Infos erhalten
- Mitarbeiter werden über die REMIRA INSTORE App benachrichtigt, wenn ein Kunde Beratung benötigt, und erhalten alle relevanten Produktinfos auf ihrem Gerät
- Ausgewählte Artikel können direkt vom Kunden per QR-Code in den Online Warenkorb übertragen werden

69,95 €



SCREEN HIER
BERÜHREN UND
MEHR ERFAHREN!
♥

MARC O'POLO INTERNATIONAL
RESO SHORTS, REGULAR
FIT, WELT

69,95 €



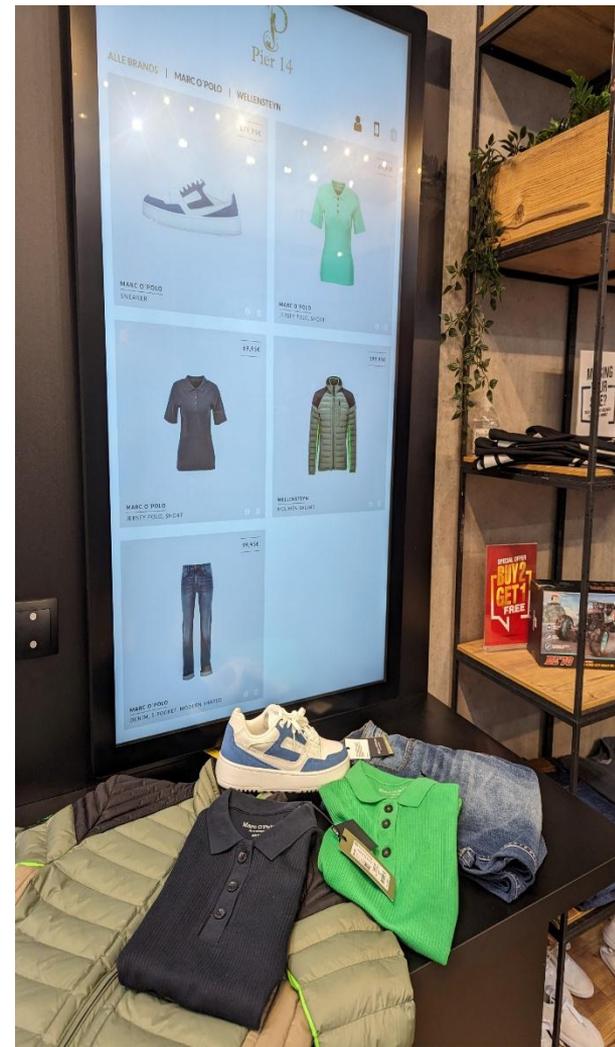
MARC O'POLO INTERNATIONAL
RESO SHORTS, REGULAR
FIT, WELT

ICH
BRAUCHE
BERATUNG!
♥

DRÜCKE DEN BUTTON UND WIR
SIND GERNE FÜR DICH DA!



SCANNE DEN CODE UND SHOPPE
DIREKT ONLINE!





Innovation durch Omnichannel Backend

- Zentrale Plattform, die Produktinformationen verwaltet und Daten anreichert – abgestimmt auf Medium und Kanal
- Die Displays passen sich an das Wetter an und zeigen passende Produkte, was das Einkaufserlebnis verbessert und spontane Käufe fördert
- Minimaler Pflegeaufwand für Pier 14 dank automatisierter Prozesse



Nutzen

Verbraucher	Händler
Ungezwungener Einkaufsbummel	Personaleinsparung („Kann ich Ihnen helfen“ entfällt)
Kompetente Beratung wenn gewünscht / Alle wichtigen Infos auf einen Blick	Geringe Hemmschwelle
Checkout on- und offline	Neukundengewinnung
Zeitersparnis	Imageverbesserung
Braucht keine Kundenapp	Wahlmöglichkeit des Vertriebskanals erhöht die Umsatzchance
Ware sofort anziehen oder kein Tütenschleppen	Besserer Kundenservice / Erfüllung der Auskunftspflicht



Welche Prozesse bzw. Systeme werden für Omnichannel-Commerce benötigt?

Prozess- und Systemlandschaft



Systeme / Prozesse I

- Integration Service
 - Daten (Artikeldaten, Preise, Bestände, Kunden usw.)
 - Belege (Aufträge, Umlagerungen usw.)
- Warenwirtschaftsprozesse
 - Revisionssichere Buchung von Bestandsbewegungen
 - Warensteuerung
 - Fibu
- Bestandsservice
 - ATP (Available to Promise)
 - Reservierungen
 - Buchbestand
- Ordermanagementprozesse
 - Kundenauftragsverwaltung
 - Order-/Bestandsrouting
 - Shipment
- PIM-Prozesse
 - Produktdatenverwaltung
 - Kanaldifferenzierung
- Webshop
 - Produktdarstellung
 - Checkout
 - Payment



Systeme / Prozesse II

- Mobile Instore Prozesse
 - Kundenverwaltung & Clienteling
 - Bestandsauskunft
 - Aufgaben
 - Omnichannelaufgaben
 - Warenbewegungsaufgaben
- POS-Prozesse
 - Stationär
 - Mobil
 - Payment
 - Fiskalisierung
- CRM-Prozesse
 - Transaktionsnachrichten
 - Loyalty
 - Kampagnen
 - Kundenservice
- Adressservice
 - Kundenadressen
 - Kommunikationswege
 - Consent-Verwaltung
- Datawarehouse (Datalake)
 - Sammlung aller relevanten Daten
 - Omnichannelansatz
- BI-Dashboard
 - Business Intelligence
 - Charts
 - Drilldown
 - Collaboration



www.gartner.com

Ansatz nach Gartner

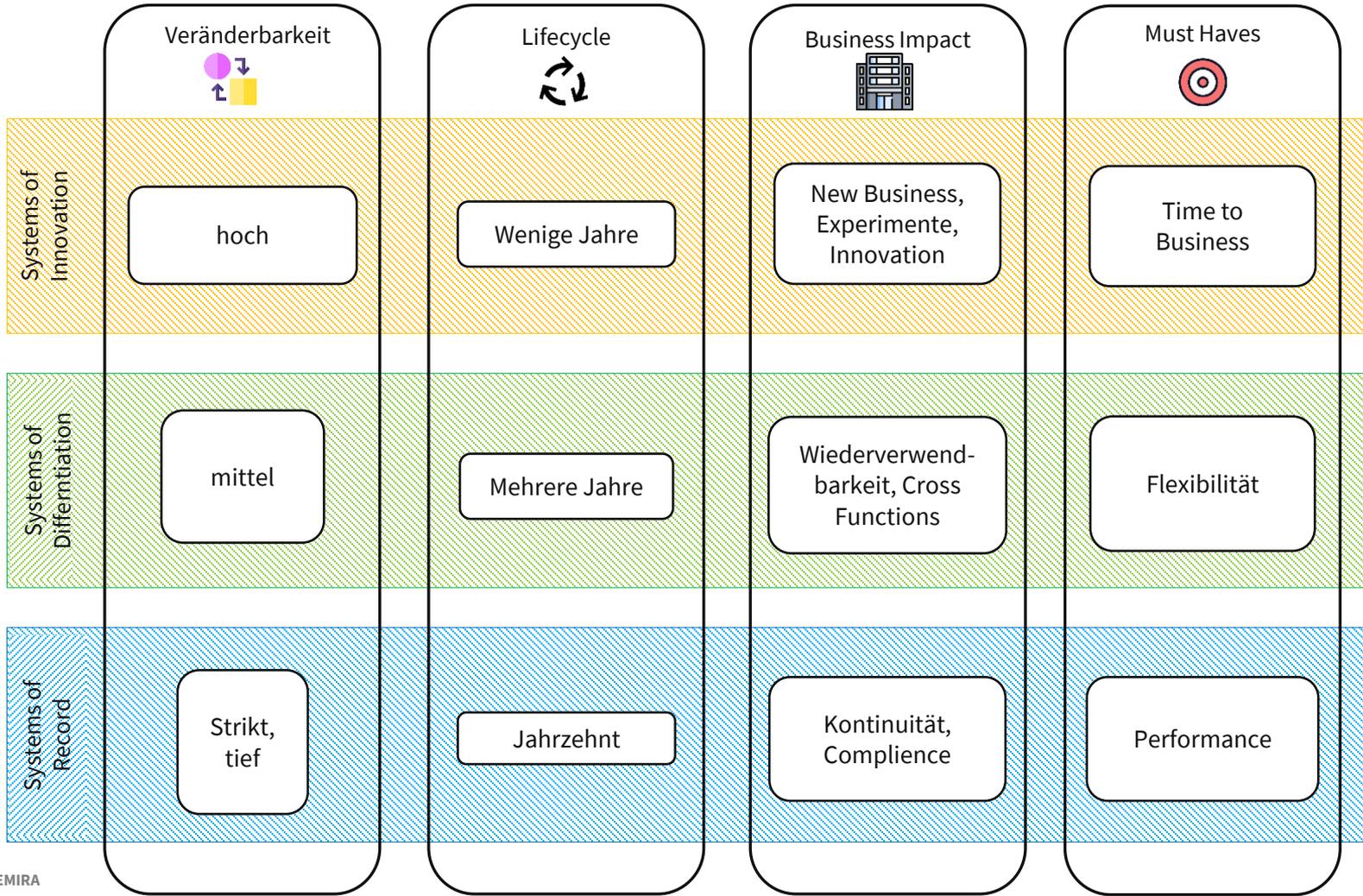


Abb. 1: Gartner Pace-Layer-Modell. © Philipp Friberg



Ansatz nach Gartner - Zusammenfassung

- System of Innovation
 - Veränderbarkeit: hoch
 - LifeCycle: wenige Jahre
 - BusinessImpact: New Business, Experimente, Innovation
 - MustHaves: Time to Business

- System of Differentiation
 - Veränderbarkeit: mittel
 - LifeCycle: mehrere Jahre
 - BusinessImpact: Wiederverwendbarkeit, Cross Functions
 - MustHaves: Flexibilität

- System of Record
 - Veränderbarkeit: strikt, tief
 - LifeCycle: Jahrzehnt
 - BusinessImpact: Kontinuität, Compliance
 - MustHaves: Performance

Quellen:

- <https://www.informatik-aktuell.de/entwicklung/methoden/die-gartner-pace-layered-application-strategy.html>
- [Accelerating Innovation by Adopting a Pace-Layered Application Strategy \(gartner.com\)](https://www.gartner.com/en/articles/accelerating-innovation-by-adopting-a-pace-layered-application-strategy)
- [Die Gartner Pace-layered Application Strategy | Informatik Aktuell \(informatik-aktuell.de\)](https://www.informatik-aktuell.de/entwicklung/methoden/die-gartner-pace-layered-application-strategy)



Systeme / Prozesse I

System of Record

- Integration Service

System of Record

- Warenwirtschaftsprozesse

System of Record

- Bestandsservice

System of Differentiation

- Ordermanagementprozesse

System of Differentiation

- PIM-Prozesse

System of Innovation

- Webshop



Systeme / Prozesse II

System of Innovation

- Mobile Instore Prozesse

System of Record

- POS-Prozesse

System of Innovation

- CRM-Prozesse

System of Record

- Adressservice

System of Record

- Datawarehouse (Datalake)

System of Differentiation

- BI-Dashboard



Fazit

Fazit

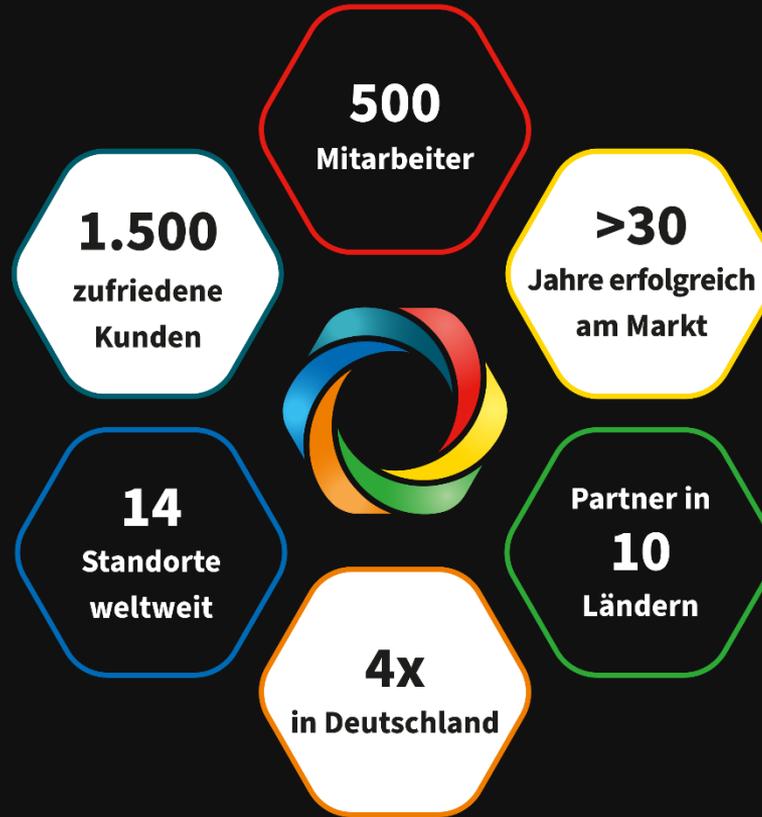
- Omnichannel ist mit Best of Suite (Best of Breed) einfacher umzusetzen.
- Der Reihe nach umsetzen:
 1. Systems of Record
 2. Systems of Differentiation
 3. Systems of Innovation
- Nach dem MVP*-Ansatz einen Prototypen aufsetzen und ausprobieren.
- Mut zur Veränderung – auch unwirtschaftliche Prozesse konsequent hinterfragen und gegebenenfalls abschaffen.

Wer ist REMIRA?

intelligent software solutions



Empowering Supply Chain & Commerce



Mission – Empowering Supply Chain & Commerce

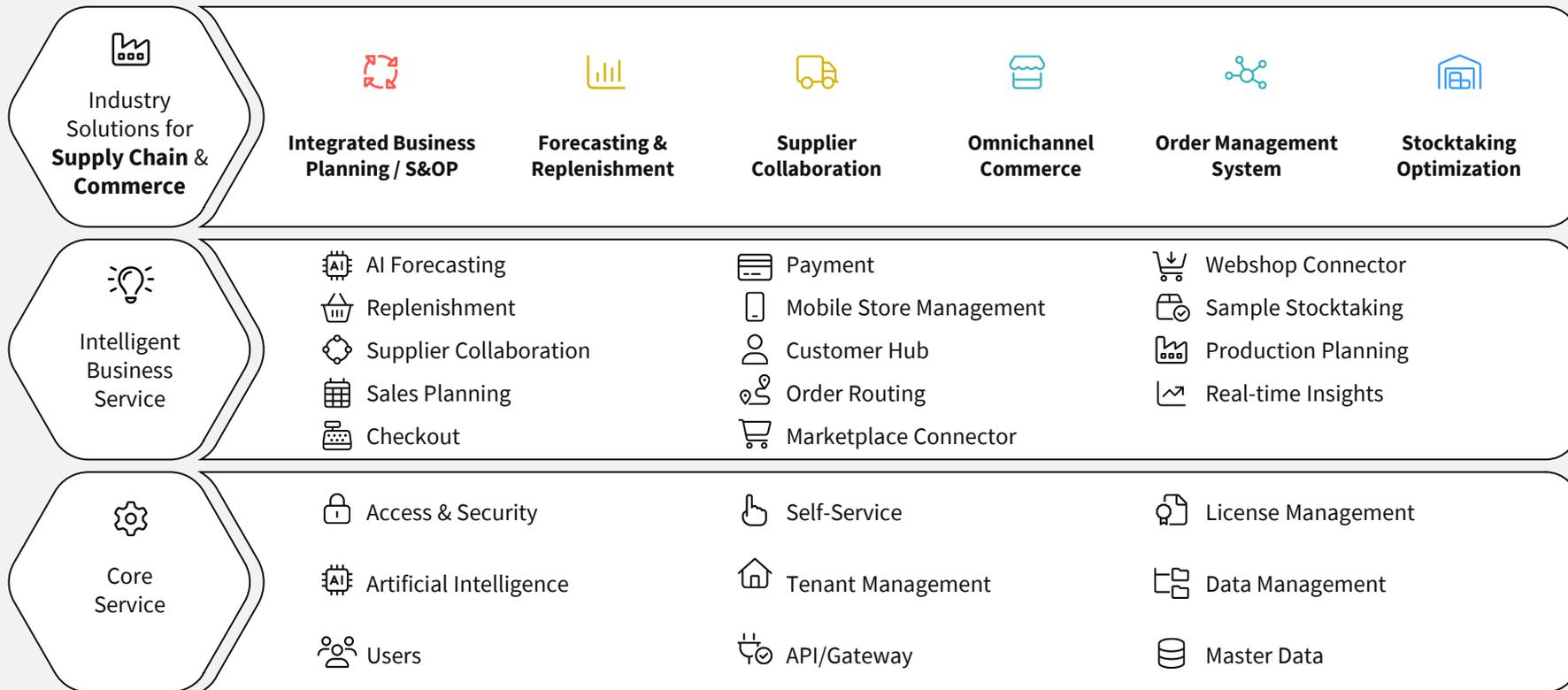
Wir unterstützen unsere Kunden dabei, ihre Supply Chain und ihre Commerce-Prozesse nachhaltiger, resilienter, kostengünstiger und umsatzstärker zu gestalten.



Mission – Empowering Supply Chain & Commerce



Unsere servicebasierten Softwarelösungen auf der skalierbaren und sicheren REMIRA PLATTFORM



Unsere nächsten Webinare



 **REMIRA**
intelligent software solutions

REMIRA WEBINAR
**KI-gestützte Omnichannel-
Strategie durch personalisierte
Kundeninteraktion via WhatsApp**
Freitag, 05. September 2025 - 10:00-11:00 Uhr

 **REMIRA**
intelligent software solutions

REMIRA WEBINAR
**Vom Warenmanager
zur Stil-Ikone:
Rollentausch dank
Omnichannel-Lösungen**
Freitag, 14. November 2025 - 10:00-11:00 Uhr

Mehr Informationen unter

[REMIRA.COM](https://www.remira.com)

Ihr Kontakt:

Martin Spitzenberg

Head of Presales Commerce

+49 172 6746182

martin.spitzenberg@remira.com



Kontaktieren
Sie mich gern
via E-Mail



Oder
LinkedIn!

Mehr Informationen unter

[REMIRA.COM](https://www.remira.com)