



# DIE ERFOLGSFAKTOREN DES OMNICHANNEL INDEX (ORI) 2021

## TRANSPARENZ & VERTRAUEN

Die Kategorie **Transparenz & Vertrauen** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert. Die Kategorie **Transparenz & Vertrauen** ist ein wichtiger Bestandteil des Kundenverhaltens und wird von den Kunden sehr geschätzt.

**MOBILE FRIENDLINESS**

89% der Online-Shopper nutzen ihr Smartphone, um sich über Handlungsoptionen oder andere Informationen zu informieren. Während Studien zeigen, dass viele Kunden einen Mobiltelefon-Bildschirm bevorzugen, ist die Nutzung von Smartphones für die Bestellung von Produkten im Handel ein wichtiger Bestandteil der Kundenerfahrung. Die Kategorie **Mobile Friendliness** ist ein wichtiger Bestandteil des Kundenverhaltens und wird von den Kunden sehr geschätzt.

**INSIGHTS**

- 89% der Online-Shopper nutzen ihr Smartphone, um sich über Handlungsoptionen oder andere Informationen zu informieren.
- Während Studien zeigen, dass viele Kunden einen Mobiltelefon-Bildschirm bevorzugen, ist die Nutzung von Smartphones für die Bestellung von Produkten im Handel ein wichtiger Bestandteil der Kundenerfahrung.
- Die Kategorie **Mobile Friendliness** ist ein wichtiger Bestandteil des Kundenverhaltens und wird von den Kunden sehr geschätzt.

## PERSONALISIERUNG, LOYALTY & SHARING

Individuelle Empfehlungen sind ein wichtiger Bestandteil der Kundenerfahrung. Die Kategorie **Personalisierung, Loyalty & Sharing** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.

**TOP-HÄNDLER DER KATEGORIE:**

- DECHTHON 83,3%
- BILBAO 72,3%
- EFFEKTIONIC PARTNER, OBI 80,2%
- MOBILIX 79,3%

**INSIGHTS**

- Die Kategorie **Personalisierung, Loyalty & Sharing** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.
- Individuelle Empfehlungen sind ein wichtiger Bestandteil der Kundenerfahrung.

## WICHTIGKEIT VON SERVICELEISTUNGEN IN ZEITEN VON CORONA

Die Kunden erwarten, dass die Händler ihre Serviceleistungen verbessern, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten. Die Kategorie **Wichtigkeit von Serviceleistungen in Zeiten von Corona** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.

**TOP-HÄNDLER DER KATEGORIE:**

- DM-DROGERIE MARKT 80,9%
- MARGONANO 71,0%
- DEATHLION 76,3%
- MOBANA 76,6%
- HEA, OBI 72,3%

**INSIGHTS**

- Die Kunden erwarten, dass die Händler ihre Serviceleistungen verbessern, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.
- Die Kategorie **Wichtigkeit von Serviceleistungen in Zeiten von Corona** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.

## FLEXIBLE KONTAKTMÖGLICHKEITEN

Die Kategorie **Flexible Kontaktmöglichkeiten** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.

**TOP-HÄNDLER DER KATEGORIE:**

- KÄSTNER & ÖHLER GIGASPORT 86,0%
- HARTLAUER 76,1%
- HAUTAU 70,0%
- FRESHPAPER 68,6%
- BLUE TOMATO DECHTHON 68,1%

**INSIGHTS**

- Die Kategorie **Flexible Kontaktmöglichkeiten** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.
- Die Kunden erwarten, dass die Händler ihre Serviceleistungen verbessern, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.

## PAYMENT, FULFILLMENT & RETURNS

Die Kategorie **Payment, Fulfillment & Returns** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.

**TOP-HÄNDLER DER KATEGORIE:**

- KÄSTNER & ÖHLER GIGASPORT 84,0%
- LEMA & OLDFATHER 82,6%
- LUKAS 78,6%
- HUMANIG 78,6%
- OBI 77,7%

**INSIGHTS**

- Die Kategorie **Payment, Fulfillment & Returns** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.
- Die Kunden erwarten, dass die Händler ihre Serviceleistungen verbessern, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.

## WEGWEISER IN DIE FILIALE

Die Kategorie **Wegweiser in die Filiale** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.

**TOP-HÄNDLER DER KATEGORIE:**

- INTERSHOP, HARTLAUER 99,2%
- DECHTHON, C&A, RED ZAC 98,9%
- MERRIS 98,9%
- BILBAO 98,1%
- BLUE TOMATO INTERSPORT 95,8%

**INSIGHTS**

- Die Kategorie **Wegweiser in die Filiale** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.
- Die Kunden erwarten, dass die Händler ihre Serviceleistungen verbessern, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.

## HANDELSVERBAND

In Kooperation mit Google und mindshare

Download des Portals und der kompletten Studie unter [www.handelsverband.de/ORI](http://www.handelsverband.de/ORI)

## BEIM KUNDEN NACHGEFRAGT

**CLICK & COLLECT UND RESERVE & COLLECT**

61% mit Click & Collect mit Lieferung  
59% mit Click & Collect mit Online Kauf und Abholung (per Filiale)  
48% mit Click & Collect mit Abholung an andere Standorte (z.B. Abholboxen, Lieferstation, etc.)

83% in wichtige, das Produkt für die Bestellung von Click & Collect sichergestellt wird, wenn der Abholer fremde Produkte abholen werden

## TOP HÄNDLER NACH OMNICHANNEL-REIFE



## OMNICHANNEL POTENZIALE

**KLUFFT ZWISCHEN KUNDENWUNSCH UND WIRKLICHKEIT**

**PROZENTSATZ DER KUNDEN, FÜR DIE DAS FEATURE WICHTIG IST VS. DIESE ANBIETEN**

- Funktionalität der Suchergebnisse nach Verfügbarkeit in bestimmten Filialen: 81% vs. 12%
- Umschichtungs- und Größenzustellung (unabhängig von Bestellwert, Produktkategorie, etc.): 84% vs. 17%
- Konkreter Tag der Lieferung (in Stunden) wird angegeben: 80% vs. 17%
- Uhrzeit oder Zeitfenster der Lieferung (in Stunden) wird angegeben: 64% vs. 5%
- Möglichkeit auf der Produktseite eine Frage zu einem Produkt stellen zu können: 59% vs. 14%
- Online-Kontaktmöglichkeit für Rückruf durch Händler: 83% vs. 43%
- Reserve & Collect als generell kostenloses Service: 76% vs. 38%
- Reserve & Collect mit Angabe des möglichen Abholzeitpunktes vor Abholung der Reservierung: 62% vs. 24%
- Vergleichsbilder (von Produkten): 71% vs. 36%
- Lieferzeit wird pro Produkt im Warenkorb getrennt angegeben: 61% vs. 26%
- Wesentliche Lieferungsanforderungen werden angegeben (z.B. bei Sperr- oder Lieferungszeiten): 42% vs. 10%
- Zustellung am selben Tag, an dem bestellt wurde, ist möglich: 48% vs. 17%
- Click & Collect mit Abholung an anderen Standorten (z.B. Abholboxen, Lieferstation, etc.): 27% vs. 0%
- Möglichkeit den Warenkorb zu teilen (per E-Mail, via Social Media, etc.): 88% vs. 62%

**79%** haben ein vollständiges Profil eines Kunden erstellt, wenn die Kunden ihre Filialen (z.B. Abholboxen, Lieferstation, etc.) besuchen.

**63%** finden keine Informationen für die Abholung eines Produkts oder den Status der Bestellung, wenn der Kunde eine Filiale besucht.

**71%** ist wichtig, das Verhalten eines Kunden zu verfolgen, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.

**83%** ist wichtig, das Verhalten eines Kunden zu verfolgen, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.

**88%** ist wichtig, das Verhalten eines Kunden zu verfolgen, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.

## BEIM HÄNDLER NACHGEFRAGT

**GOOGLE OMNICHANNEL FEATURES**

57% mit dem Tool, um das Kundenverhalten zu verstehen  
41% nutzen ein Tool, um das Kundenverhalten zu verstehen  
79% nutzen ein Tool, um das Kundenverhalten zu verstehen

**ANGABEN ZU CLICK & COLLECT UND RESERVE & COLLECT IN DEN ONLINE SHOPS DER HÄNDLER**

- 55% bieten Click & Collect (mit Abholung in der Filiale) als generell kostenloses Service.
- 36% bieten Reserve & Collect als generell kostenloses Service.
- 36% bieten Reserve & Collect als generell kostenloses Service.

## CHANNEL INTEGRATION

Die Kategorie **Channel Integration** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.

**TOP-HÄNDLER DER KATEGORIE:**

- THALIA 100,0%
- OBI 90,3%
- HORNBAUCH 83,2%
- PEEK & COOPPERBUND 77,1%
- KÄSTNER & ÖHLER BESTSPORT, MEDIA MARKT, TCHIBO 76,7%

**INSIGHTS**

- Die Kategorie **Channel Integration** zeigt auf, wie oft ein Händler seine Kunden über wichtige Informationen zur Bestellung, Möglichkeit der Lieferung, den Status der Bestellung, den Status der Lieferung und den Status der Rechnung informiert.
- Die Kunden erwarten, dass die Händler ihre Serviceleistungen verbessern, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.

## BUSINESS ORGANISATION

72% haben einen Verantwortlichen im Unternehmen, der die Querkanäle und die Zusammenarbeit mit dem Handel steuert.  
28% haben einen Verantwortlichen im Unternehmen, der die Querkanäle und die Zusammenarbeit mit dem Handel steuert.

**KUNDENKOMMUNIKATION UND VERTRIEB**

- 93% der Händler geben an, dass sie ein vollständiges Profil eines Kunden erstellen, wenn die Kunden ihre Filialen (z.B. Abholboxen, Lieferstation, etc.) besuchen.
- 55% nutzen mehr als einen Kanal, um den Kunden eine bessere Kundenerfahrung zu bieten.