

DIE REALEN KOSTEN BEI VERZICHT AUF MOBILE POS



Mobile POS: Die verpassten Möglichkeiten

Verifone[®]



Mobile POS: Die Liste der verpassten Möglichkeiten

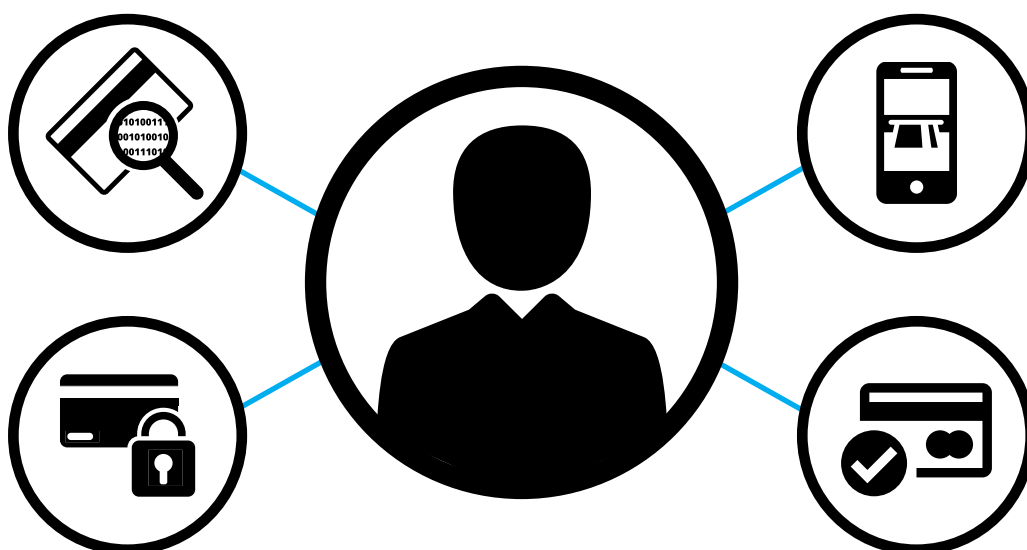
Kunden erwarten, dass das Einkaufserlebnis rund um ihre persönlichen Bedürfnisse kreist; nur weniger Einzelhändler würden dieser Tatsache widersprechen.

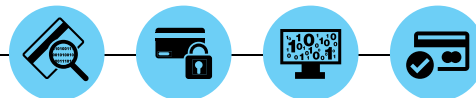
Trotzdem verlieren traditionelle Unternehmen Millionen von Euro pro Jahr an Verkaufseinnahmen – und zwar aus einem ganz einfachen Grund: **die Kassen in den Geschäften sind nicht an die „ich-bezogenen“ Erwartungen des modernen Kunden angepasst.**

Auf zu viele Einkäufe wird verzichtet, weil die Kasse schwer zu finden oder die Schlange zu lang ist, der Zahlungsvorgang zu lang dauert oder sich der Kunde nicht genug wertgeschätzt fühlt. Das sind alles Dinge, die mit einer einzigen neuen Technologie verhindert werden können.

Die einfachste und kosteneffektivste Methode für mehr Umsatz lautet: Bringen Sie die Transaktion zum Kunden. Und zwar mit einem **mobilen Point of Sale (mPOS)**.

Dieser Leitfaden erklärt, warum der mobile Point-of-Sale ein absolutes Muss für alle traditionellen Unternehmen ist. Im Folgenden finden Sie Tipps für die Nutzung von Mobiltechnologien zur Steigerung der Geschäftsumsätze.





Standard-Kassenprozesse schöpfen die Umsatz- potenziale von traditionellen Einzelhändlern nicht aus.

Vergessen Sie den ersten Eindruck – die letzten Momente entscheiden, ob ein Kunde ein Geschäft erneut aufsucht. **57% der Kundenzufriedenheit bei Direktkäufen in Geschäften** hängt von Warteschlangen und dem Verlauf des Zahlungsvorgangs ab. Die Kasse kann also tatsächlich Kundenbeziehungen schaffen oder beenden.

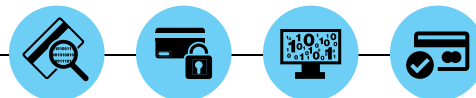
Leider stellen Kassen- und Zahlungssysteme bei den meisten Einzelhändlern heute eine Stress- und Frustrationsquelle für Kunden dar – und sind gelegentlich sogar die Ursache für den Verzicht auf den Einkauf. Und dabei sollten diese Aspekte das i-Tüpfelchen auf einer exzellent optimierten Einkaufserfahrung in Einzelhandelsgeschäften sein.

Ein Problem ist, dass viele Kunden zur Suche der Kasse gezwungen sind, wenn sie ihre Kaufentscheidung getroffen haben – insbesondere in großen Geschäften mit einer beschränkten Zahl von Kassen auf jedem Stockwerk.

Häufig müssen Kunden Schlange stehen, was für die Händler teuer werden kann. Britische Verbraucher verbringen aktuell über **18 Stunden pro Jahr in Warteschlangen an Kassen**, wobei drei Viertel der Kunden bei einer Wartezeit von über fünf Minuten die Geduld verliert und das Geschäft mit leeren Händen verlässt. Dies bedeutet über **1 Milliarde £ (ca. 1,3 Mrd.) Einnahmenverluste pro Jahr**, die bei einer schnelleren Abwicklung der Transaktionen an der Kasse leicht vermieden werden könnten.

Wer genügend Ausdauer hat und bis zur Kasse gelangt, empfindet den traditionellen POS häufig als unzureichend. Langsame Kassenprozesse, wenig Auswahl an Zahlungsmethoden und typische, papiergestützte Treueprogramme, die online erworbene Bonuspunkte nicht berücksichtigen – all dies senkt die Kundenzufriedenheit.





Die Lust auf **Personalisierung** kurbelt den **POS-Trend** an

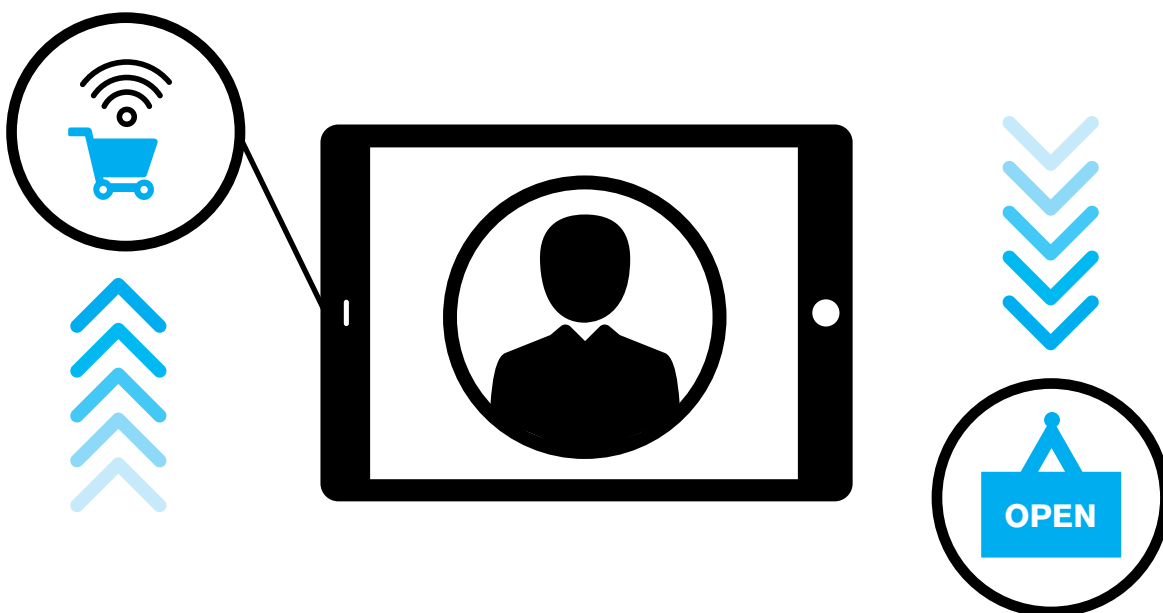
Die herkömmliche Kasse enttäuscht Kunden nicht nur, sie verhindert auch generell einen Service, wie er vom Kunden gewünscht wird.

Um die Kunden bei Laune zu halten, müssen Interaktionen an die spezifischen Bedürfnisse des Einzelnen angepasst werden. Der Kundenwert sollte dabei in allen Kanälen anerkannt werden – nicht nur bei traditionellen Einkäufen.

Was den mobilen POS (mPOS) von anderen Lösungen unterscheidet, ist die Flexibilität, Kunden überall dort zu bedienen, wo diese sich gerade aufhalten. Darüber hinaus sorgt die Multifunktionalität dafür, dass die gesamte Nutzungserfahrung individuell angepasst werden kann – von der Beantwortung von Fragen, über Cross- und Up-Selling, bis hin zur Bestellung, dem Sammeln von Bonuspunkten und der Bezahlung.

Der Appetit nach mehr Personalisierung ist im traditionellen Einzelhandel klar vorhanden. Drei Viertel (**74%**) der international befragten Kunden finden Produktempfehlungen auf Grundlage ihres Kaufverhaltens eine ‚coole‘ Sache. 29% würden einem Einzelhändler ihren Standort mitteilen, falls im Gegenzug besondere Anreize geboten werden.

Trotzdem wissen die meisten Einzelhändler kaum etwas über die Markeninteraktion der Kunden außerhalb ihrer Ladenräume – **70%** verfügen nämlich nicht über die technischen Möglichkeiten, Online- und Offline-Kundendaten zu integrieren.





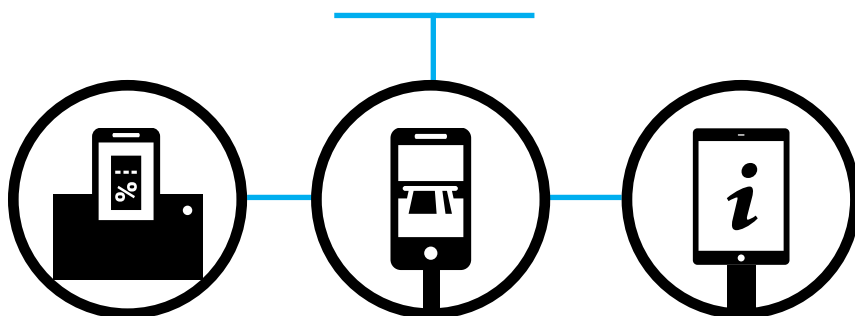
Die Vorteile des mobilen POS

Die Einführung von mPOS bedeutet daher viel mehr, als nur die Loslösung der Kasse von bestimmten Orten im Geschäft. Die umfangreichen Funktionen und die Online-Konnektivität ermöglicht es Einzelhändlern, Kunden schneller und persönlicher zu bedienen und damit zusätzliche Umsätze zu realisieren.

Tatsächlich können Einzelhändler in Bezug auf die Kundenerwartungen mit einem einzigen Tool mehrere Fliegen mit einer Klappe schlagen. **Etwa die Hälfte** wünscht sich einen einfacheren Einkaufsvorgang und schnelle Antworten auf Anfragen. **Ein Viertel** möchte mit Unternehmen über unterschiedliche Kanäle kommunizieren und 2 von 10 Kunden erwarten umfassende Produktinformationen vor Ort im Geschäft.

Die Investition in eine mPOS-Lösung hat für Einzelhändler zahlreiche Vorteile:

- **An jedem beliebigen Ort im Geschäft Kunden bedienen, Ware verkaufen und Zahlungen entgegennehmen**
- **Warteschlangen in Stoßzeiten minimieren**
- **Mitarbeiterweiterbildung bezüglich zusätzlicher Up- und Cross-Selling-Chancen**
- **Bestandslisten, Preise und Informationen auf Abruf bereit**
- **Treueprogramme über alle Kanäle integrieren**
- **Punkte für Sonderservices einrichten, wie Rückgaben und Click&Collect**
- **Umfangreiche Inhalte nutzen – u.a. Anleitungsvideos für beratendes Verkaufen**
- **Zusätzliche Zahlungs-/Service-Stationen während Stoßzeiten**
- **Personalisiertes, kundenorientiertes Einkaufserlebnis**



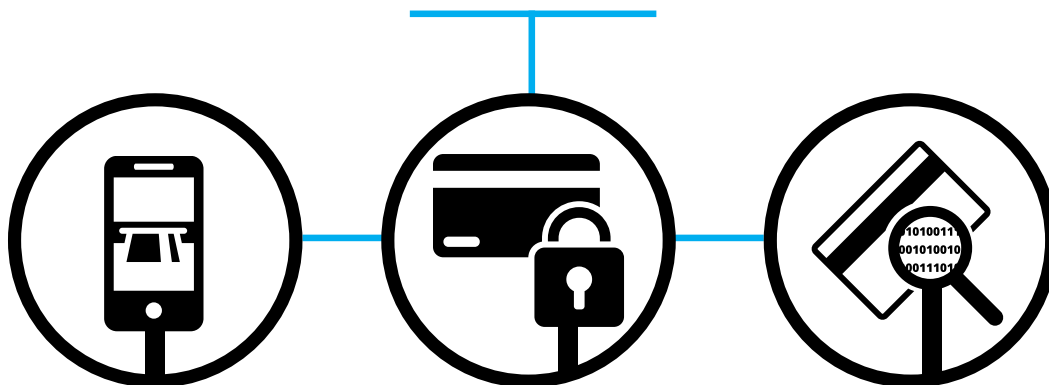


mPOS-Best Practices für noch mehr Rentabilität

In den kommenden Jahren wird ein Umdenken bei den Einzelhändlern zu beobachten sein – mPOS wandelt sich von einem netten Zusatzattribut zu einem absoluten Muss. Für 2019 wird prognostiziert, dass bereits **46% aller POS-Terminals mobil sein werden.**

Mit den zunehmenden Investitionen in mPOS wird die Kundengunst davon abhängen, welche Einzelhändler die richtige Technologie wählen und diese erfolgreich in das Einkaufserlebnis integrieren. Im Folgenden präsentieren wir die Best Practices von Verifone für die Auswahl, Implementierung und Verwaltung von mPOS-Lösungen.

AUSWAHL EINER LÖSUNG





Auswahl einer Lösung

Kurz-, mittel- und langfristige



Eine erfolgreiche mPOS-Strategie umfasst mehr, als nur das Einstecken des neuen Geräts. Beurteilen Sie Ihre Software-Bedürfnisse und investieren Sie in eine maßgeschneiderte Lösung. Stellen Sie sicher, in langfristig zuverlässige Hardware zu investieren, die auch bei intensiver Nutzung über längere Zeit hinweg betriebstüchtig bleibt.

Clever auswählen

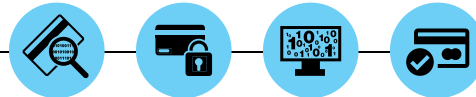


Jedes Unternehmen hat andere Anforderungen an mPOS-Lösungen. Manche Lösungen werden Ihren komplizierten Bedürfnissen eventuell nicht gerecht – z.B. wenn Sie Kartenzahlungen und mobile Transaktionen in Einem wünschen. Finden Sie eine Lösung, in die Sie hineinwachsen können und starten Sie mit einem Pilotgerät, bevor Sie die Lösung im ganzen Unternehmen einführen. Denken Sie an die Konnektivität: ist es mit Wi-Fi und Bluetooth kompatibel?

Sicherheit zählt



Kunden müssen an neue Technologien herangeführt werden – Datenschutzverletzungen beschädigen das Vertrauen auf allen Ebenen. Europäische Händler dürfen nur EMVCo-zertifizierte mPOS-Lösungen nutzen, um End-to-End-Datenverschlüsselung zu garantieren.



Implementierung und Verwaltung einer Lösung

Flexibel sein



Einer der Nachteile einer Tablet- oder Smartphone-Lösung ist, dass regelmäßige Hardware-Upgrades erforderlich sind. Dies kann zu einer komplexen Reintegration mit Backend-Systemen führen. Deshalb sollten Sie flexible und robuste Geräte wählen, die Upgrade-Zyklen der Kundentechnologie vermeiden und damit Betriebskosten senken.

Mitarbeiter sorgfältig schulen



Auch die besten mPOS-Lösungen am Markt verhelfen nur bei korrekter Handhabung zu besseren Einkaufserlebnissen. Für Vorgänge wie Aufladen, Sichern, Aufnehmen und Monitoring der Geräte sind ebenso solide Verfahrensweisen erforderlich, wie in Falle überzeugender Verkaufstechniken.

Erfolg messen



Schlussendlich soll Ihre Investition die Verkaufszahlen steigern und die Loyalität Ihrer Kunden stärken. Deshalb ist eine regelmäßige Evaluation der mPOS-Geräte erforderlich – Verkaufsvolumen pro Stunde, Transaktionsvolumen, Kundenwartezeiten, usw. Auch qualitatives Team-Feedback ist hilfreich – um potentiell verlustbringende Fehler schnell auszubügeln.

Verantwortung teilen



Obwohl mPOS die Prozesse strafft und die Möglichkeiten zur Generierung einzigartiger Kundenerfahrungen verbessert, sind Einzelhändler häufig nicht in der Lage, die Technologie voll auszunutzen – das Tagesgeschäft absorbiert die gesamte Aufmerksamkeit. Abhilfe schafft das Outsourcing der Lösung an einen Zahlungsdienstleister. So haben Sie mehr Zeit für Ihre Kunden.



Verifone: mobile POS-Lösungen für mehr Rentabilität

Angesichts der heutigen technologischen Schnellebigkeit benötigen Einzelhändler eine mPOS-Lösung, die morgen nicht schon wieder veraltet ist.

Das e355 Zahlungs-Modul von Verifone ist mit unterschiedlichen intelligenten Geräten kompatibel. So können Kunden personalisierte, vernetzte Lösungen nutzen. Wir sorgen für den ‚WOW-Faktor‘ an der Kasse und mehr Platz im Kassenbereich und im gesamten Geschäft, den Sie für zusätzliche Waren nutzen können.

Wir übernehmen die komplexen Prozesse bei der Zahlung über mobile POS-Terminals, damit Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können: Ihre Kunden.

Was spricht für eine Verifone mPOS-Lösung?

- **Ultraschnelles Zahlungssystem – besonders wichtig während Stoßzeiten**
- **Kompatibel mit kontaktlosen und mobile Zahlungsmethoden, wie Apple Pay**
- **Einzigartige Sicherheit; konform mit den neuesten PCI- und EMV-Normen**
- **Robuste Hardware mit längerer Akkulaufzeit als bei der Konkurrenz**
- **Einfache Integration mit Backend-Diensten und Anwendungen**

