

five to *inspire*

eden[®]

Retail Insights & Inspiration
11.23

11.23 insights

one



Technologie
Werden Sie bedient?
**Selbstbedienungs-
-Kassen**

two



Nachhaltigkeit
Ein neues Leben
**Reinigungs- und
Reparaturdienste**

three



Erlebnisse
Bereit für die Stimmung!
Personalisierte Geschenke

four



Trends
Materialien und Ästhetik
Richtig in Szene gesetzt

five



Heiße Themen
Der steile Aufstieg von Sephora
Einnehmende Schönheit

one

Technologie - Werden Sie bedient? Selbstbedienungs-Kassen

Ob man sie nun mag oder nicht, Selbstbedienungskassen sind nicht mehr wegzudenken. Die "nächste Generation" bietet jetzt ein nahtloses Erlebnis durch RFID-Technologie (Radiofrequenz-Identifikation). Kunden müssen nicht mehr umständlich Barcodes suchen und scannen und sich fragen, ob sie die Selbstbedienungskasse des jeweiligen Geschäfts richtig benutzt haben.

Auch wenn die Einführung für die Geschäfte mit höheren Kosten verbunden ist (es müssen unbedingt alle Artikel gekennzeichnet werden), hat sich die Technologie als so erfolgreich erwiesen, dass sie die Kosten doch rechtfertigt. Die Geschäfte selbst haben ihr Bestandsmanagement verbessert, und die Kunden müssen ihre Artikel nur noch in einen dafür vorgesehenen Bereich legen, damit sie gelesen werden können - ein blitzschneller Prozess, der zu kürzeren Transaktionszeiten, kürzeren Wartezeiten, weniger Berührungspunkten und allgemein zum Abbau von Frustration in einem Bereich führt, der für viele Einzelhändler ein Schmerzpunkt sein kann. Die Bedeutung der Wahrnehmung wird eine große Rolle bei der Einführung dieser Technologie in mehr Geschäften spielen - wenn der Verbraucher in einem Markt eine positive, von Innovation geprägte Erfahrung gemacht hat, wird er diese auch in einem anderen Markt erwarten.

Ein gutes Beispiel dafür ist OYSHOW in Westfield White City - ein schlankes, minimalistisches Design, bei dem alles seinen Platz hat, von der Tragetasche bis zur Kleiderbügelablage, vom Lesebereich für Etiketten bis zum digitalen Info-Bildschirm - alles ist genau dort, wo man es auch benötigt!



two

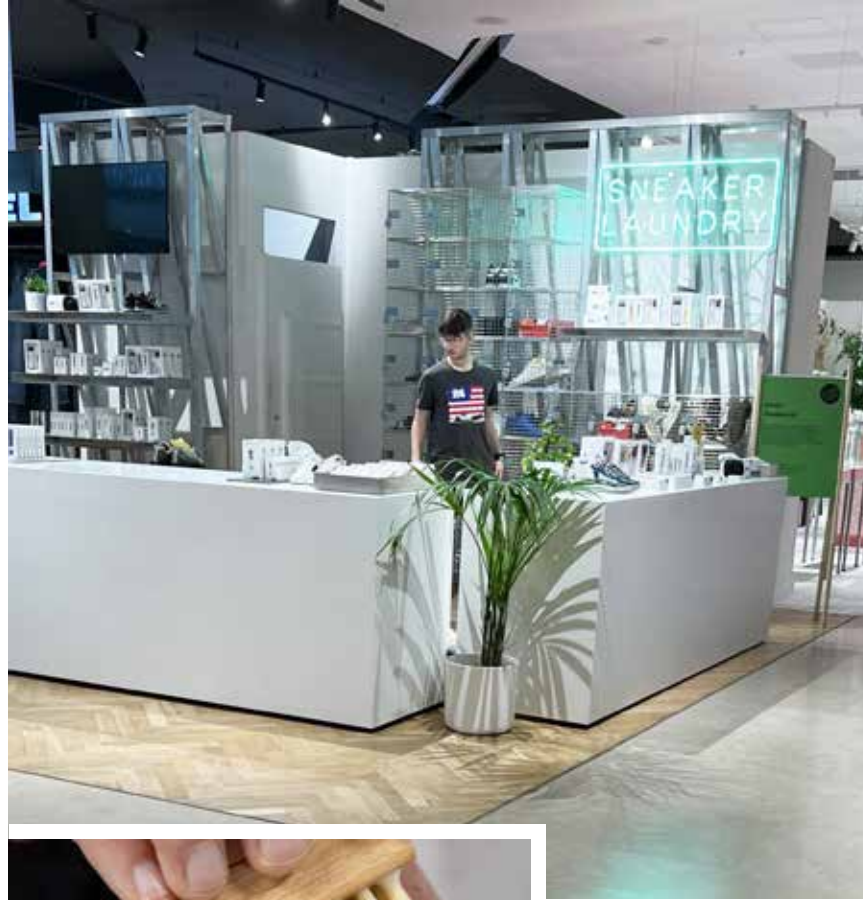
Nachhaltigkeit - Ein neues Leben Reinigungs- und Reparaturdienste

Wenn Sie mit dem historischen Spruch "sich mit wenig zu behelfen wissen" vertraut sind, haben Sie vielleicht bemerkt, dass in den letzten Jahren Initiativen aufgetaucht sind, die an dieses Lebensgefühl anknüpfen (wenn auch glücklicherweise ohne die erwarteten Einschränkungen Rationierung!)

Als Teil des Selfridges Project Earth geht die Sneakers ER-Konzession nicht nur bei der Reinigung und Reparatur, sondern auch bei der individuellen Anpassung von Turnschuhen über das übliche Maß hinaus. Bei einem Besuch im Westfield White City hat sich der Hersteller von Handreinigungsgeräten W'air mit dem London Laundry Club zusammengetan, um eine breite Palette von Optionen für die Reinigung von Turnschuhen anzubieten - von einer einstündigen Expressreinigung bis hin zu einer vollständigen Aufbereitung.

Wir alle haben doch sicherlich ein Paar Lieblingsneaker, die wir nur ungern in den Altkleidersack stecken wollen, schon allein deshalb ist es ein großes Plus diesen Service beim Einkaufen - kurz mal - nutzen zu können.

Warum erwähnen wir das jetzt? Mit dem Einsetzen der Wintermonate ist es wahrscheinlicher, dass unsere Schuhe unter widrigen Witterungsbedingungen „leiden“. Es ist also ein guter Zeitpunkt, um sich zu erinnern, dass diese Dienstleistungen nicht nur online zur Verfügung stehen, sondern auch Ihr Einzelhandelserlebnis im Geschäft verbessern können - und wer schlägt nicht gerne zwei Fliegen mit einer Klappe?



three

Erlebnisse - Bereit für die Stimmung! **Personalisierte Geschenke**

Wenn Weihnachten näher rückt und sich unsere Gedanken um Geschenke drehen, bietet sich für den stationären Handel eine großartige Gelegenheit, Kunden durch ein erlebnisorientiertes Engagement anzuziehen - die Möglichkeit, personalisierte Geschenke auszusuchen und in Vorfreude einzutauchen, ist sicherlich ein großer Vorteil gegenüber dem bloßen Ankreuzen von Kästchen in einem Online-Erlebnis.

Mit mehreren Filialen im Vereinigten Königreich will Il Gusto ein "Potpourri des Geschmacks" gestalten - und mit einer Fülle von Spirituosen (auch alkoholfreier), Essig und Speiseölen im Angebot, kombiniert mit individuellen Flaschen und personalisierten Botschaften gelingt es auch, ein "Potpourri des Geschmacks" zu schaffen.

Kunden sind eingeladen, diese Optionen in aller Ruhe auf sich wirken und sich dann beim Abfüllen der Flaschen helfen zu lassen - in unserer schnelllebigen, anonymen Zeit in einer Welt eines anonymen Einkaufs ist dies an sich schon eine immer seltene Erfahrung - ein persönlicher Service, der direkt ein persönliches Geschenk bietet!

Ich zitiere Il Gusto selbst: "Sobald Sie Ihr Geschenk ausgewählt haben, können Sie die perfekte Größe, das Flaschendesign und die Botschaft auswählen, um es vom Geschenk zum Schatz zu machen".



four

Trends - Materialien und Ästhetik Richtig in Szene gesetzt

Kaum noch eine traditionelle Kleiderstange in Sicht, ist der Aufstieg des minimalen Rahmens im Geschäft jetzt alltäglich. Diese moderne Ästhetik setzt Akzente, lässt das Licht durchfluten und erfordert einen minimalen Materialeinsatz, was einen in Summe leichten Raum vermittelt und das Produkt elegant hervorhebt.

Dieser Trend, der in einer Vielzahl von Materialien und Farben erhältlich ist und von der Mitte des Bodens bis zur Rückwand reicht, bietet auch eine großartige Raump Optimierung - der Schlüssel zur Maximierung der Einzelhandelsfläche - bietet Flexibilität mit leicht zu variierenden Elementen, die so einfach gewechselt werden können wie die darin ausgestellten Kollektionen.

Diese offenen Räume lassen sich leicht mit einem individuellen Branding und individueller Gestaltung ausstatten, von Leuchtkästen und digitalen Bildschirmen bis hin zu minimalen und zielgerichteten Produktplatzierungen, die einen angenehmen Raum schaffen, der zum Verweilen einlädt - hier gibt es keine Eile, wir dürfen unsere Umgebung in uns aufnehmen und schätzen es, nicht dem Verkaufsdruck und einer Fülle von Produkten überhäuft zu werden.

Der Einzelhandel musste sich nach der Pandemie an das Bedürfnis der Kunden an Sauberkeit und Raum anpassen - überfüllte und klaustrophobische Bereiche werden vermieden. Wo dies gezielt umgesetzt wird fühlen sich die Kunden wohl und kommen um zu bleiben!



five

Heiße Themen - Der steile Aufstieg von Sephora Einnehmende Schönheit

Der Einzug von Sephora in der britischen Schönheits-, Kosmetik- und Duftszenen war nicht zu übersehen. Das französische Unternehmen, das sich im Besitz von LVMH befindet, stürmt im März dieses Jahres in das Westfield White City und wird am 15. November 2023 ein zweites Geschäft im Westfield Stratford eröffnen...

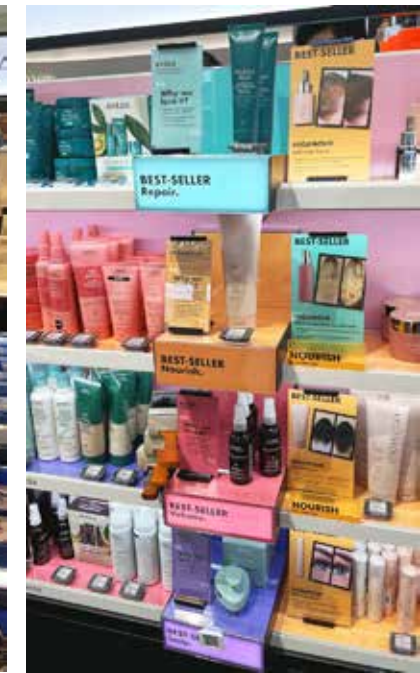
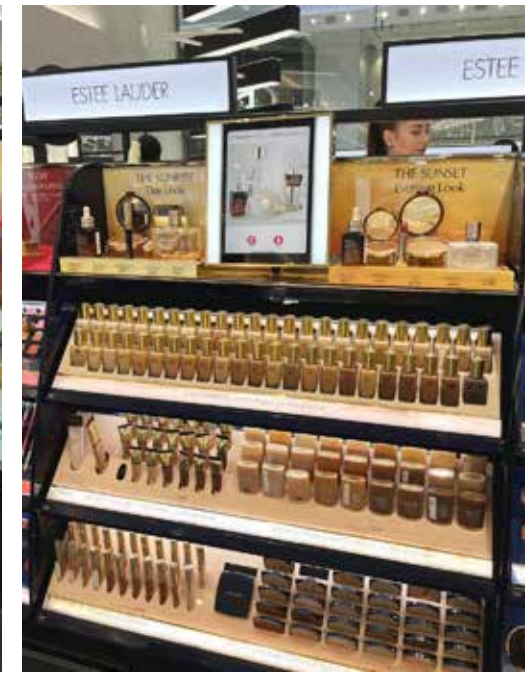
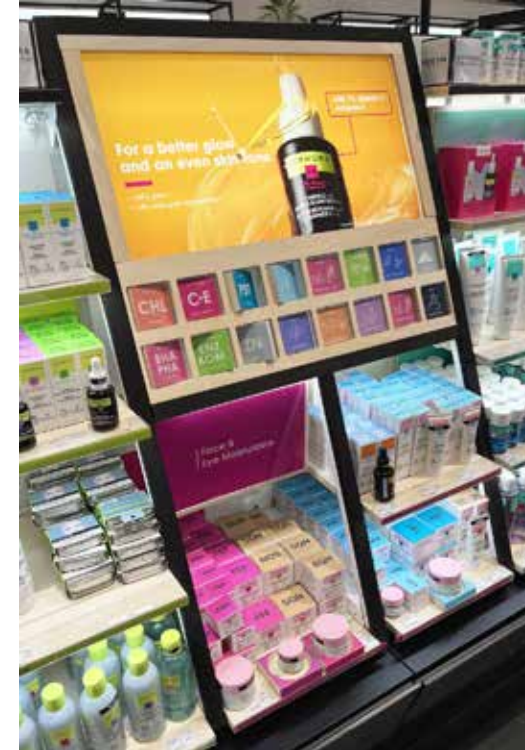
Wie ist es also einem Unternehmen, das 1969 gegründet wurde, gelungen, in der unbeständigen und dem Wandel unterworfenen Welt des Einzelhandels etabliert zu bleiben und warum zieht eine Geschäftseröffnung rund 5.000 Menschen an, wie es in White City der Fall war?

Die Antwort liegt letztlich darin, den Verbrauchern die qualitativ hochwertigen Trendprodukte zu liefern, die sie (jetzt!) haben wollen - wenn dies der einzige Grund wäre, könnte dies einfach online geschehen.

Sephora möchte "überraschen und begeistern", den Kunden eintauchen lassen in die Schönheitsbars, die interaktiven digitalen Bildschirme, die Möglichkeit, zu testen, zu experimentieren und zu erfahren - all das führt zu einem sehr individuellen aus- und eingepprägten Einkaufserlebnis.

Wenn man dann noch mobilen Apps in den Geschäften anbietet, um den Kunden mit seinem Smart-Phone zu verbinden, gelingt es Sephora, auf jeder Ebene mit dem Kunden in Kontakt zu bleiben.

Die Kunden werden nie vergessen, wie sie sich bei diesem Erlebnis gefühlt haben, und Sephora versteht dies perfekt umzusetzen und zu konditionieren.



five to inspire

eden[®]

Fühlen Sie sich inspiriert?
Bitte nehmen Sie Kontakt auf

www.eden-retail.com

info@eden-eu.com