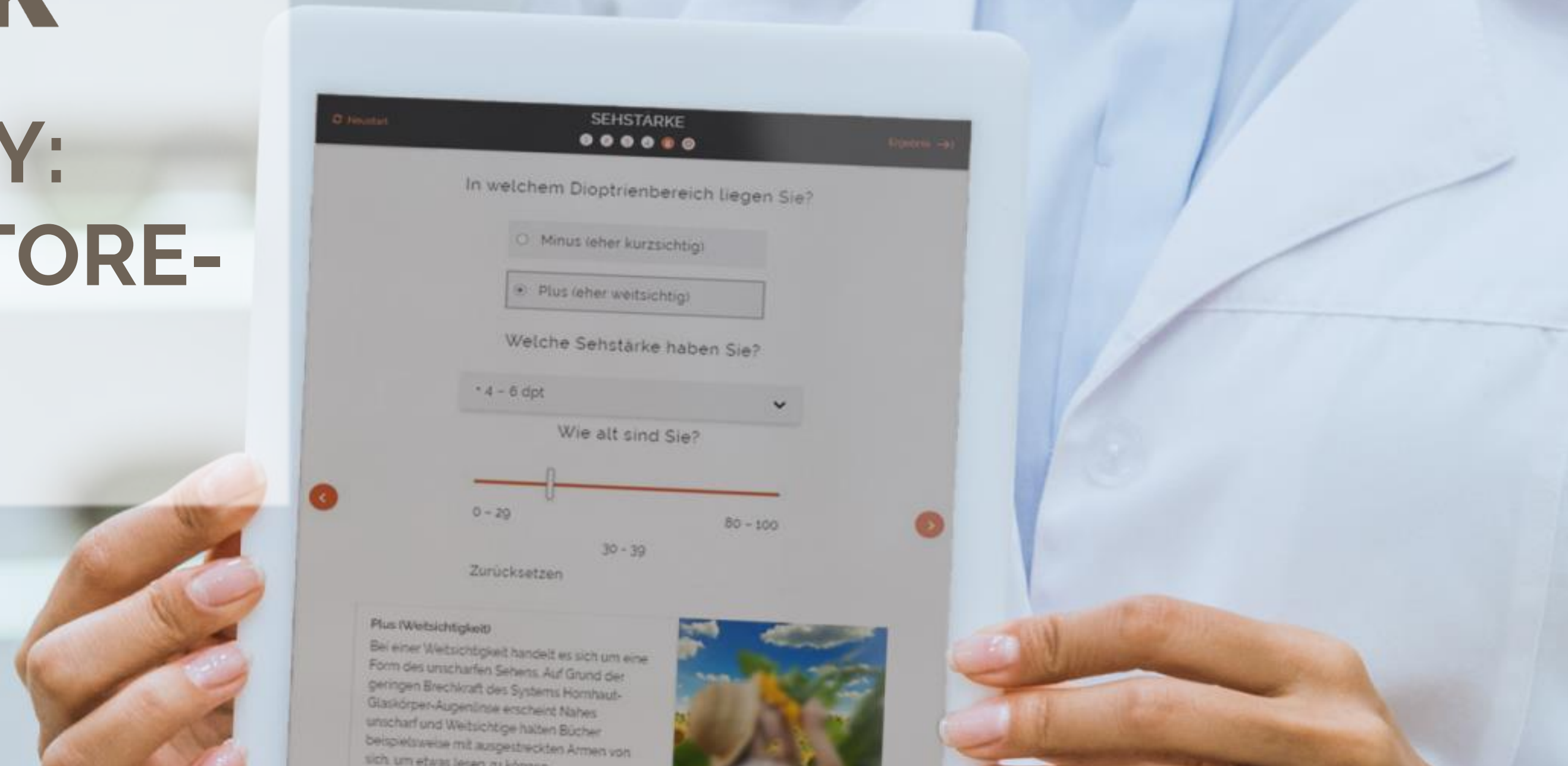


prooptik

CASE STUDY: DIGITALER INSTORE- BERATER



o'excentos

CONTENT

- Über pro optik
- Verkaufserfolg in Zahlen
- Wertvolle Nutzerprofile
- Messbare Erfolge
- Erfolgsfaktoren der Instore App

excentos Software GmbH
Potsdam / Berlin, Germany

2020



Über pro optik

- gegründet in 1987
- über 140 Fachgeschäfte
- eine der 3 größten Optiker-Gruppen Deutschlands
- großes Sortiment: Brillen, Sonnenbrillen, Kontaktlinsen, Hörgeräte



Persönliche Beratung ist der Kern jedes Optiker-Beratungsprozesses.

Mit Digitaler Instore-Beratung wird der Beratungsprozess optimiert und jederzeit zentral steuerbar zur Verfügung gestellt.

Features Digitaler Berater

- stellt **alle** relevanten Fragen
- **interaktives Verkaufsgespräch** für z.B. *Fernsicht-Brillen* versus *PC-Arbeitsplatz-Brillen*
- Illustrationen für besseres **Feature Marketing**
- **qualitätsgesichertes Empfehlungsverhalten** von führenden Optikern getestet

BRILLENGLAS-ANFORDERUNGEN SONNENBRILLE

Neustart

Ergebnis →

1 2 3 4 5

Wie wichtig sind in Ihrem Alltag die folgenden Sehbereiche der Brille?

Ferne	<input checked="" type="radio"/> viel	<input type="radio"/> mittel	<input type="radio"/> wenig
Mitte	<input type="radio"/> viel	<input type="radio"/> mittel	<input type="radio"/> wenig
Nähe	<input type="radio"/> viel	<input type="radio"/> mittel	<input checked="" type="radio"/> wenig

Wie wichtig sind Ihnen die folgende Eigenschaften?

blendfreies Sehen	<input type="radio"/> <i>i</i>	<input type="radio"/> sehr wichtig	<input type="radio"/> weniger wichtig
bruchfester	<input type="radio"/> <i>i</i>	<input checked="" type="radio"/> sehr wichtig	<input type="radio"/> weniger wichtig
beste Beschichtung	<input type="radio"/> <i>i</i>	<input type="radio"/> sehr wichtig	<input type="radio"/> weniger wichtig



Blendfreier Sehkomfort

Um ein bestmögliches Sehen bei z. B. blendender Sonne, bei regennasser spiegelnder Fahrbahn oder bei Kunstlicht zu gewährleisten, sind diese Brillengläser entspiegelt und bieten somit eine Minimierung an störenden Reflexionen.

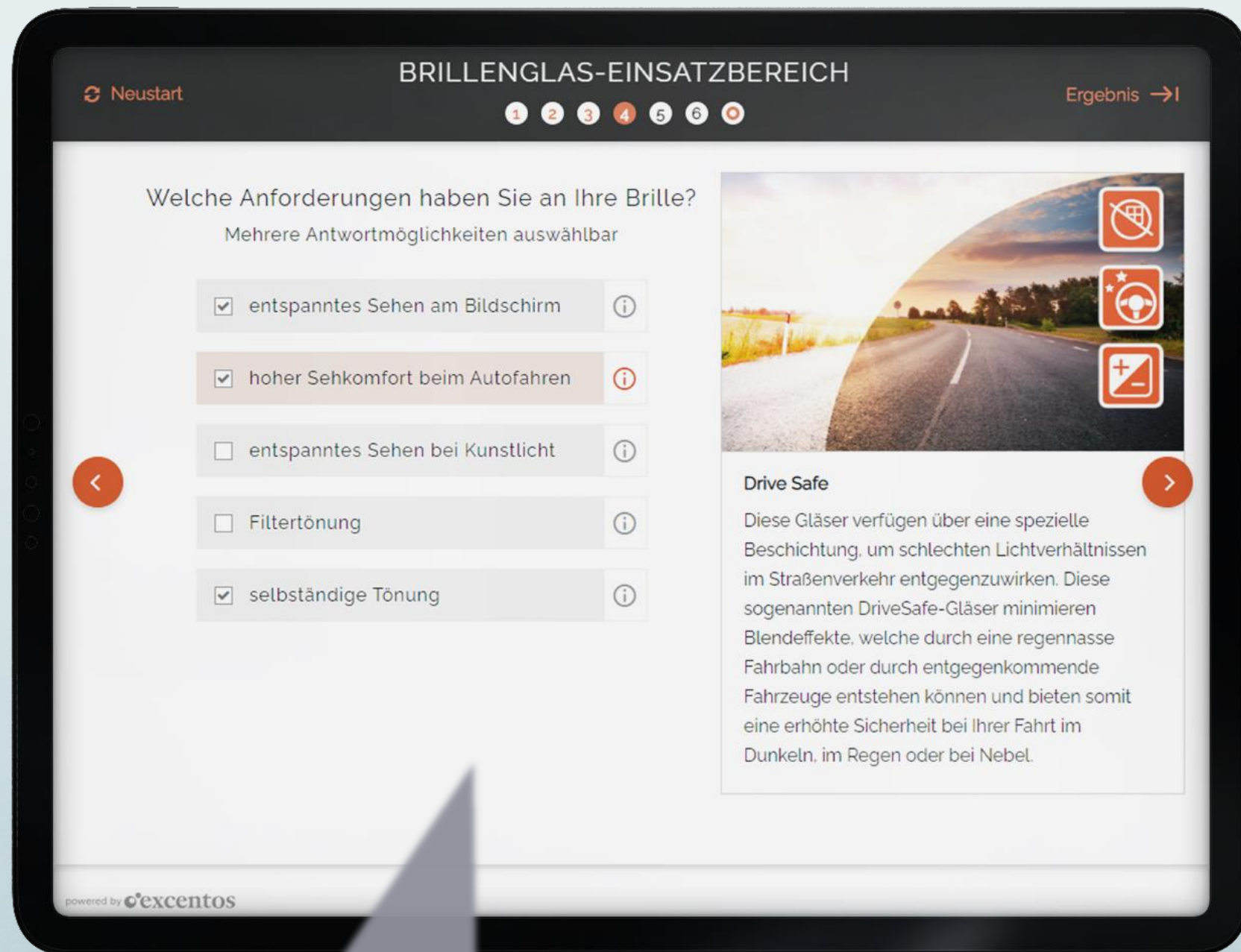
detaillierte Beratung über alle relevanten Features

- geführte Beratung stellt sicher, dass alle **relevanten Themen abgedeckt** werden
- Nutzer kann nicht nicht Themen auswählen, sondern auch **Prioritäten festlegen**

wertvoller Explanation Content

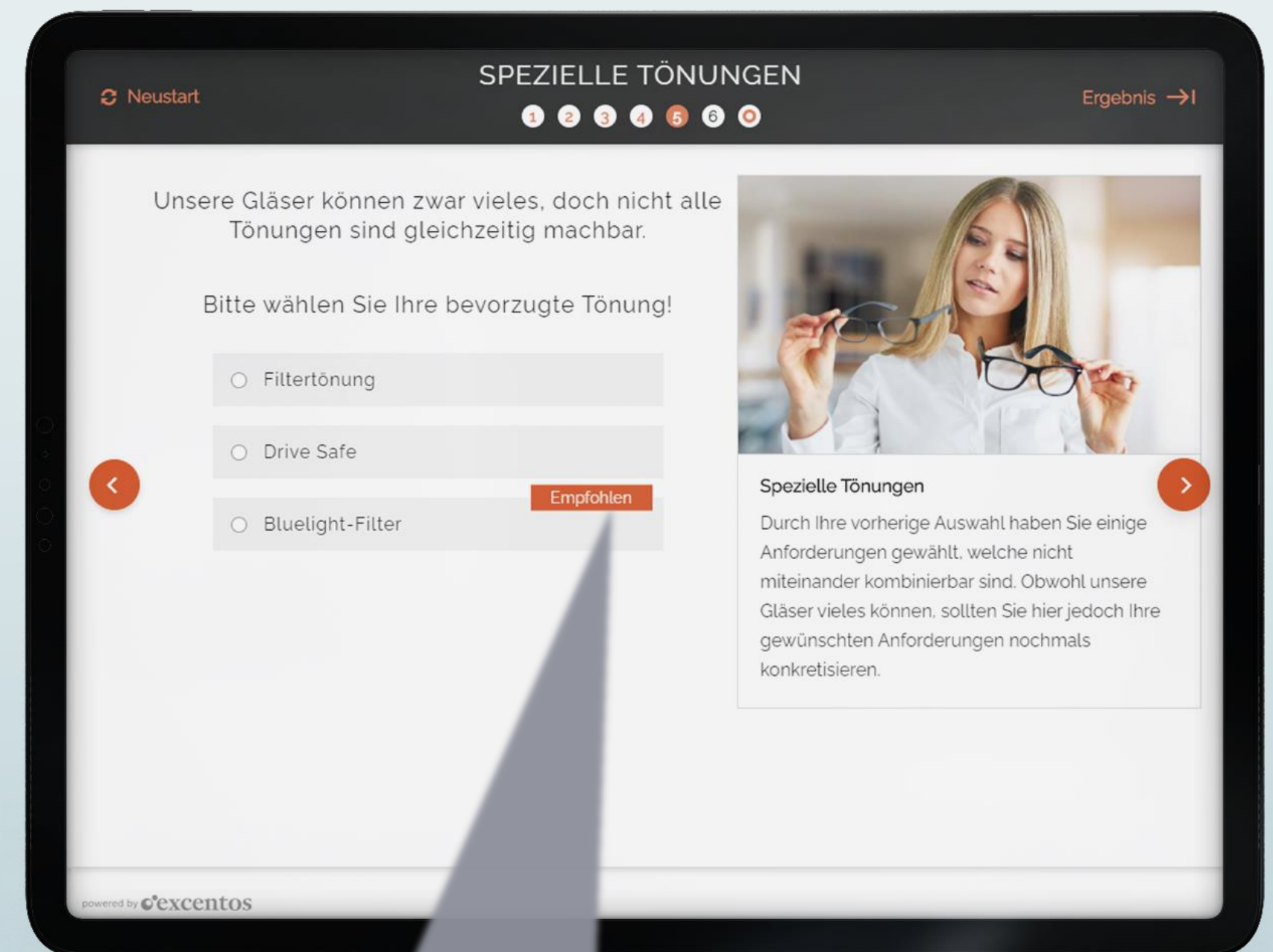
- erklärt alle Features
- kann Text, Bild und Videos enthalten
- ideal für **Upselling**

powered by **excentos**



Beratung über Anforderungen

- damit jede Empfehlung perfekt auf die Kaufwünsche passt
- Nutzer kann auch mehrere Antworten eingeben
→ **cross category**



löst Konflikte

- wenn der Nutzer **nicht kompatible Optionen** ausgewählt hat, weist der Berater darauf hin und **empfiehlt Lösungen**
- die **aktive Führung** holt in jeder Situation **das Beste aus dem Sortiment heraus**

Messbare Steigerung von Umsatz und Marge

Die richtige Verkaufsstrategie über alle Stores hinweg umzusetzen ist ein Game Changer – und Verkäufer können sich jetzt auf **kundenorientierte Beratung** fokussieren, anstatt nur das richtige Brillenglas herauszusuchen.

„Unser Ziel ist, die Verkaufspreise über alle Stores hinweg um 15% durch Digitale Beratung zu steigern. Wir haben das Ziel fast erreicht und wollen es nicht überschreiten wegen unserer Positionierung als günstiger Optiker.“

» Martin Blome, Head of Stores, pro optik

Verkaufserfolg in Zahlen

Steigerung der Verkaufszahlen durch Digitalen Instore-Berater, 6 Monate Nutzungsdaten

verkaufte Einheiten

+ 4,5 % bis zu + 8 %

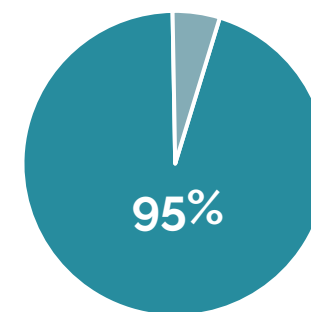
Verkaufte Brillen dank besserer **Conversion Rate**

Verkaufspreis

durchschnittlich + 8,4 % bis zu + 14 %

Durch **Upselling und Feature Marketing**. Top-Stores, die den Product Guide **konsequent** einsetzen, erreichten + 14% .

Zufriedenheit



Einige waren vor dem Launch skeptisch, aber jetzt sind 95% der Verkäufer und Kunden zufrieden.

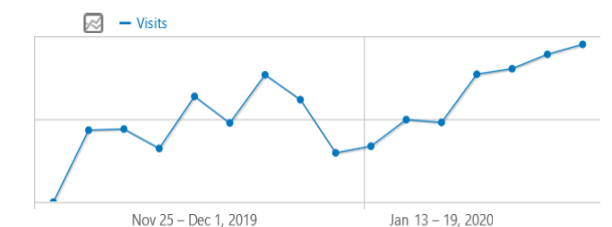
Marge

ca.
40 - 100
TEUR
p.a. je Store

Höhere Marge durch **mehr Umsatz und Upselling**.

Mehr Nutzung

Visits Over Time



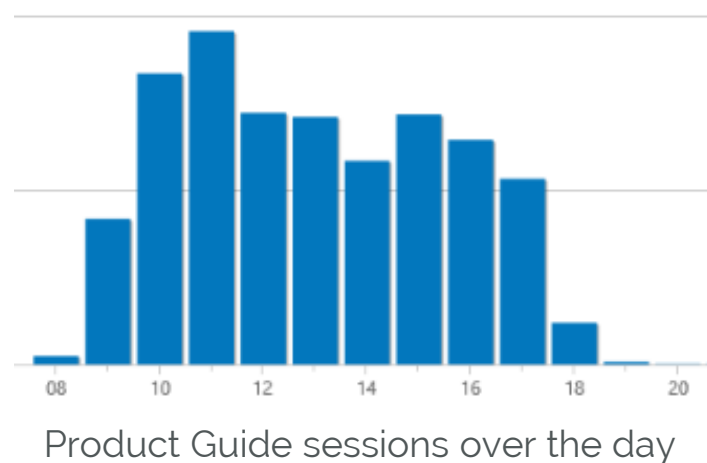
Rollout und gesteigerte Akzeptanz.



Mehr über Kunden lernen

Verkaufsvorgänge analysieren und steuern

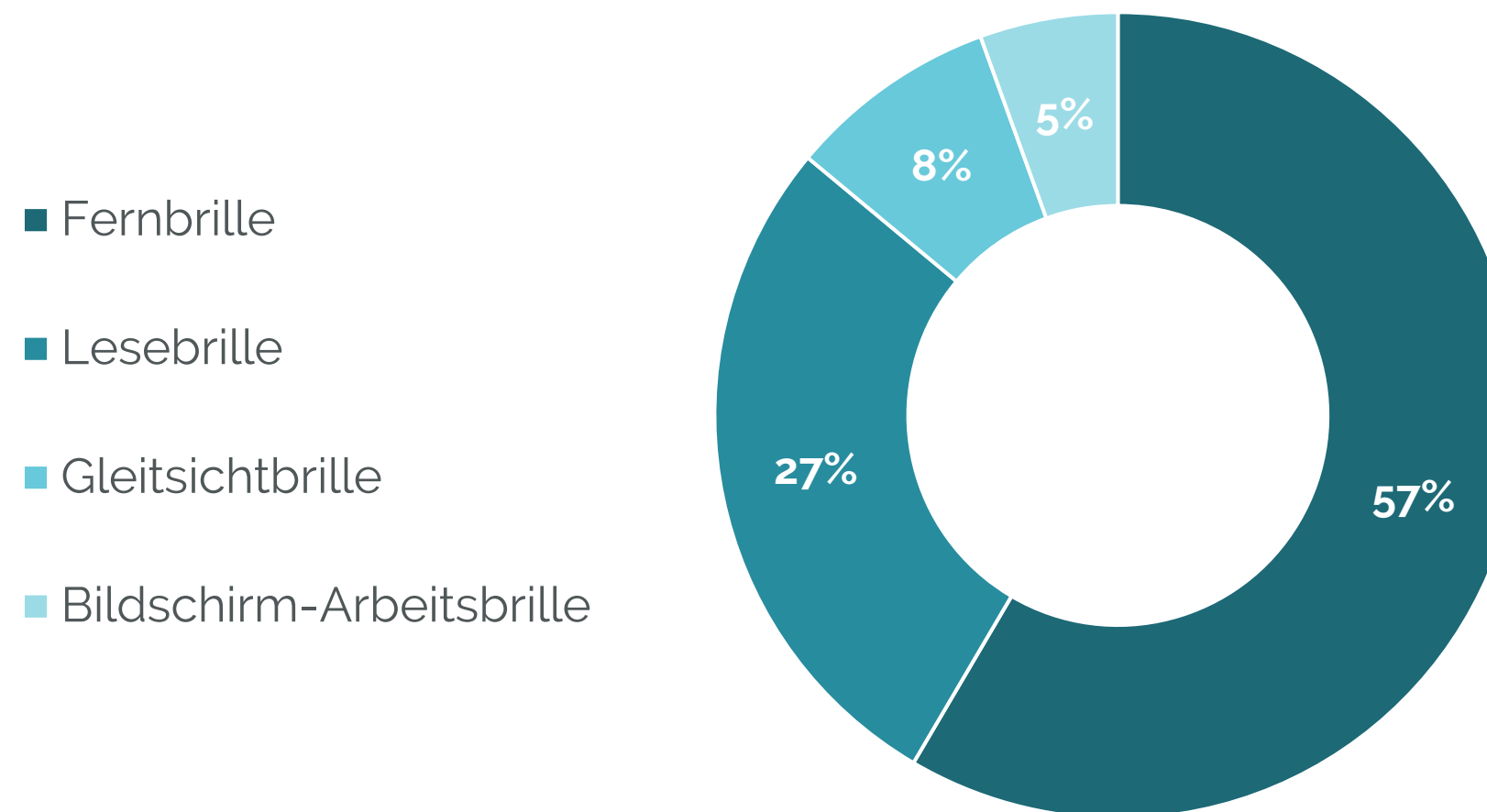
Die Product Guides sammeln wertvolle Nutzungsdaten über die Performance der Verkaufsmitarbeiter – z.B. sehen Sie auch die am meisten frequentierten Uhrzeiten, was die Personalplanung erleichtert.



Das Tool sammelt Nutzungsdaten über jede Frage und Antwortoption und erzeugt dadurch wertvolle Consumer Insights. Dadurch kann frühzeitig auf Kaufrends und sich ändernde Kundenwünsche reagiert werden.

Wertvolle Nutzerprofile

Antworten auf die Frage: "Was für eine Art Brille benötigen Sie?"



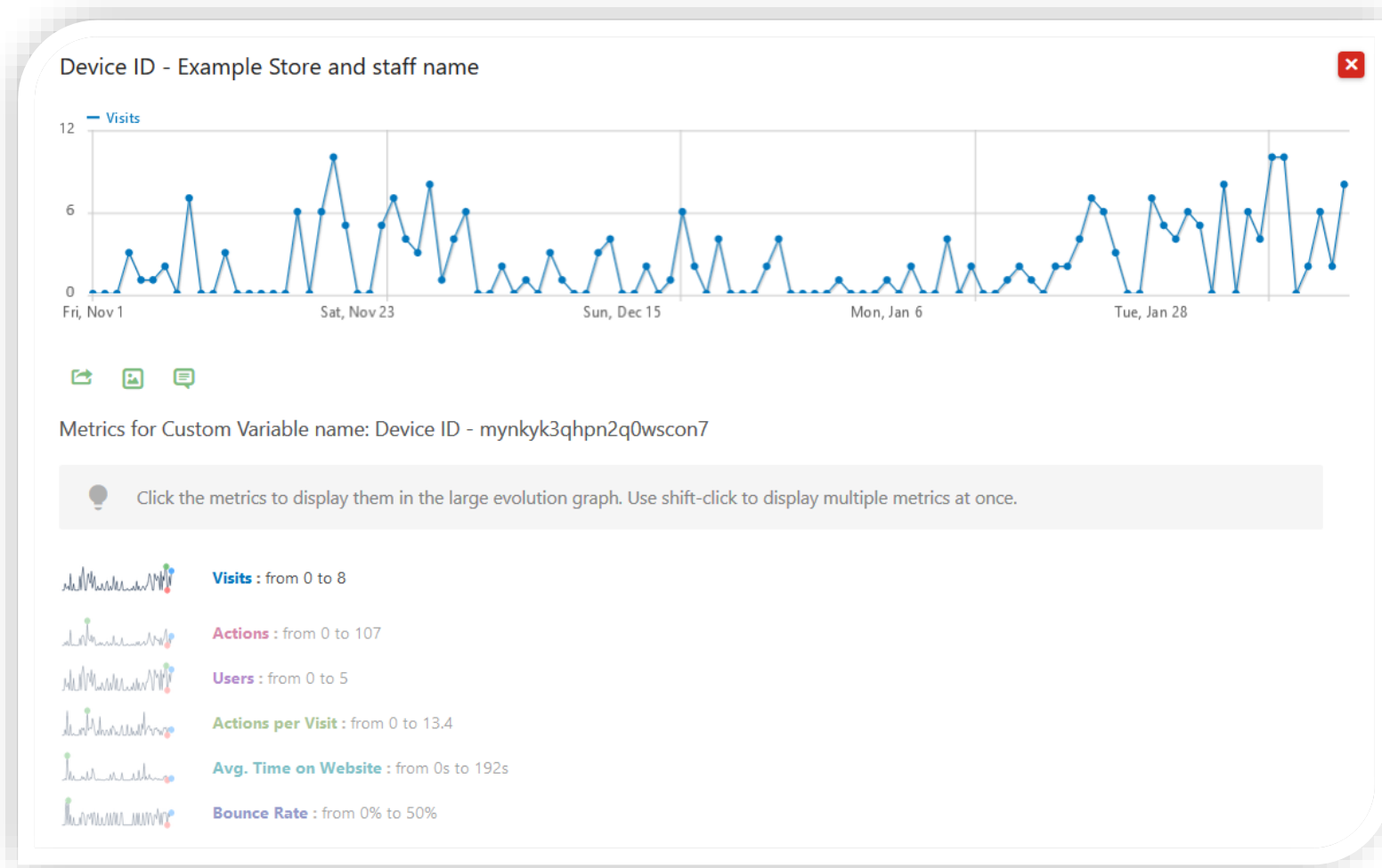
Die Nutzerprofile ermöglichen es, Kaufrends zu erkennen und die Vertriebs- und Marketingstrategie sowie das Produktportfolio zu optimieren.



Analyse je Verkaufs- mitarbeiter möglich

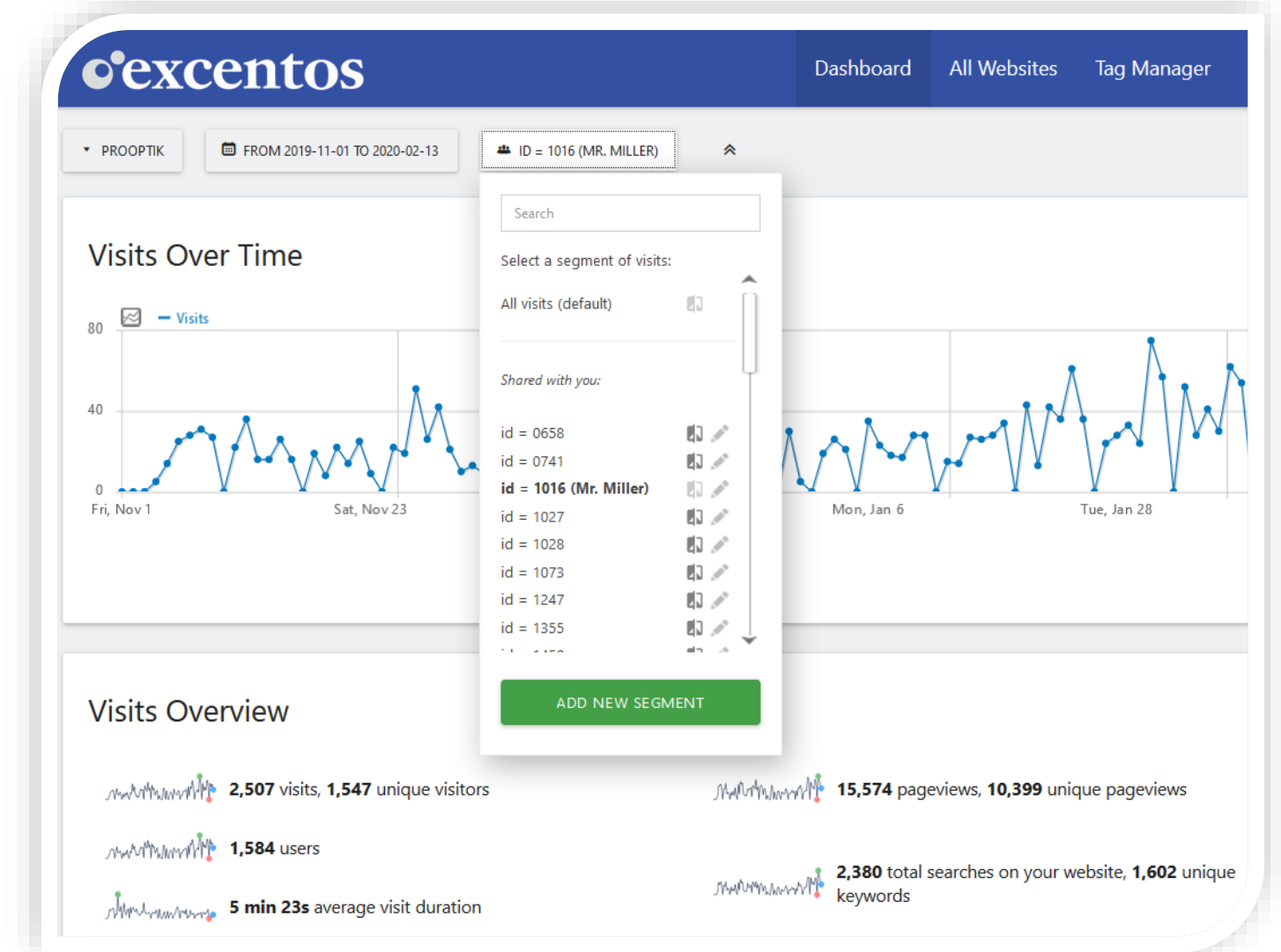
Auswertung von Verkäufer-Aktivität

Voller Einblick in Verkaufsaktivitäten und -verhalten ergibt völlig neue Möglichkeiten für die Steuerung, Controlling und Training der Verkaufsmitarbeiter – und dadurch auch Steigerung der Kundenzufriedenheit.



Kennzahlen je Verkäufer messen

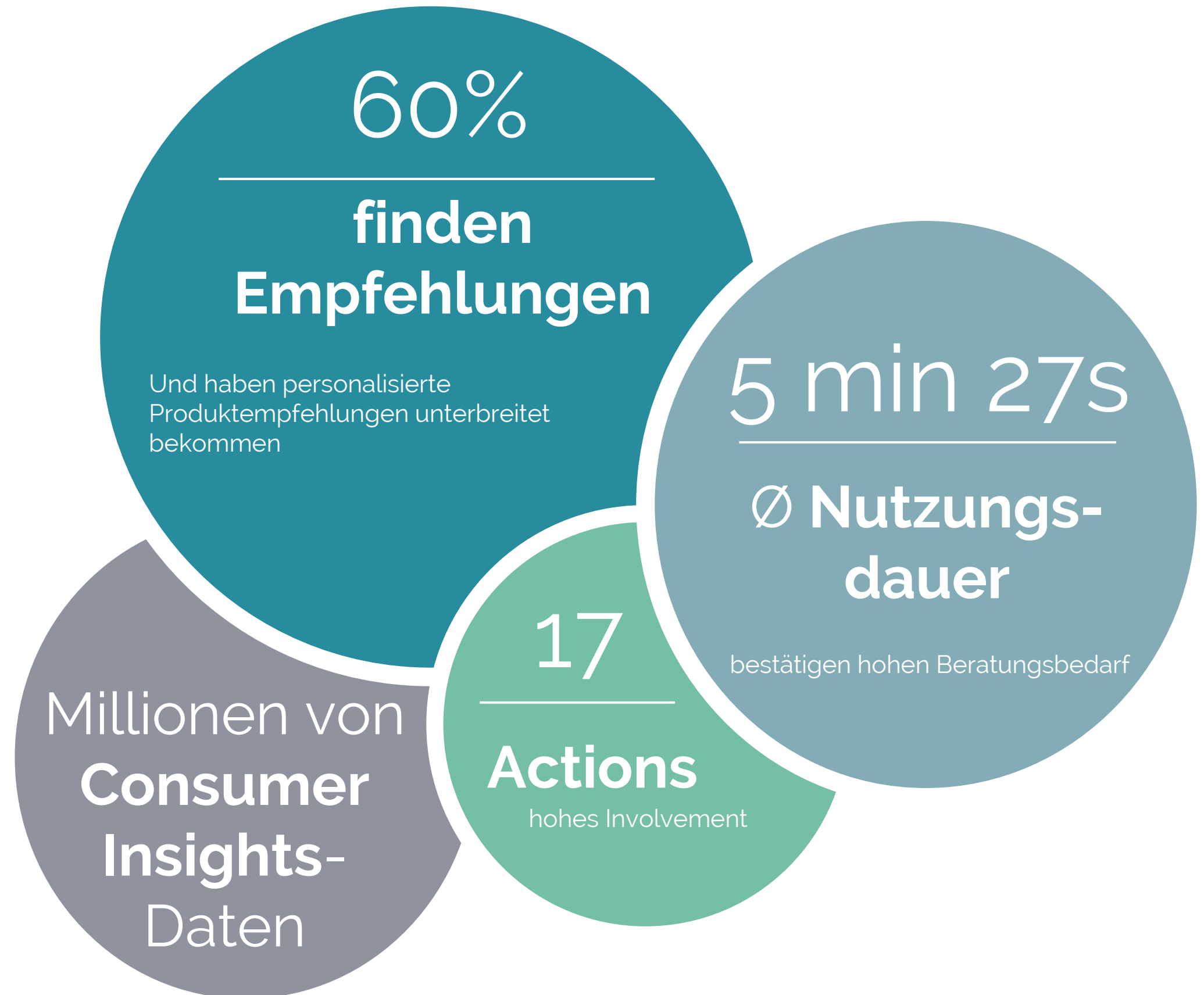
Jeder Report und jede Kennzahl kann für die gesamte Filiale oder nach Verkaufsmitarbeiter analysiert werden.



Messbare Erfolge

Welche Kennzahlen und Conversion-Werte hat der Produktberater erreicht?

- **60% finden Empfehlungen**
und schließen den Beratungsvorgang ab, indem sie personalisierte Produktempfehlungen genau für ihre Anforderungen bekommen
- **Gute Session-Dauer von über 5 Minuten**
intensive Beratung und Sortimentspräsentation trotz verkürzter Durchlaufzeiten gegenüber einem Verkaufsgespräch ohne Digitale Beratung
- **Hohes Involvement mit über 17 Actions**
belegen hohes Interesse und Nutzungsintensität – und gleichzeitig werden wertvolle Nutzungsdaten gesammelt
- **Mehr Features und Produkte präsentiert**
Digitaler Berater stellt sicher, dass alle relevanten Features und Produkte präsentiert werden – spielerisch und effektiv erklärt.



Top Beratungs- und Servicequalität – auch bei **weniger erfahrenem** Verkaufspersonal

Erfolgsfaktoren der Instore App

- 1 Verkaufspersonal trainieren, damit Digitale Beratung effektiv in das Kundengespräch integriert wird
- 2 Digitale Beratung als Support nutzen und mit eigenen Erfahrungen und Verkaufstechniken kombinieren
- 3 Nutzung und Erfolgsfaktoren auswerten und mit Verkaufsteam besprechen
- 4 die Produktempfehlungen des Beraters und das Feature Marketing aktiv für Cross-Selling und Upselling nutzen

