

Aktuell, jederzeit und überall

Das Produktnetzwerk „loadbee“ verspricht Omnichannel-Kommunikation vor, während und nach dem Kauf.

Es gibt nur einen Handel, so wie es nur den einen Kunden gibt. Gleich, ob dieser sich für ein Produkt im stationären Handel oder im Online-Shop interessiert, der Kunde fragt häufig nach sicheren, umfassenden und detaillierten Informationen, bevor er sich

sind? Wie reagieren Kunden, wenn kein Fachverkäufer vorhanden ist?

Eine Möglichkeit, diese Probleme erst gar nicht aufkommen zu lassen, bietet das neue Produktnetzwerk „loadbee“. „loadbee“ verteilt digitale Produktpro-

len digitalen Endgeräten wie Tablet, Smartphone etc. abrufbar sind. Am POS werden Käufer und Verkäufer über das Store-Terminal über Produkt und Marke informiert. Produkte können direkt über QR-, Bar- oder EAN-Codes und über NFC auf die bei „load-

ser dank einfacher Anbindung, einer höheren Reichweite, besserem Branding, mehr Umsatz und Kostenersparnis gewinnt; für den Händler, weil dieser durch den kostenfreien Zugriff auf den Hersteller-Content, geringerer Absprungrate und reduzierten Aufwänden mehr Umsätze generieren kann; und schließlich auch für den Kunden, weil dieser einen sofortigen Zugriff auf einen



Claus Meister (l.) und Matthias Scheffler von der loadbee Business Development sind von dem Produktnetzwerk überzeugt.

zum Kauf entschließt. Im stationären Bereich können diese Informationen idealerweise von Fachpersonal gegeben werden. Doch wer überblickt schon immer ein Sortiment und dessen Produkte in seiner Breite und Tiefe vollkommen? Was tun, wenn Handzettel und Broschüren ausgegangen bzw. veraltet

file über das Internet. Es liefert in Echtzeit alle verfügbaren Informationen zu Produkt und Marke im Layout des Herstellers.

Das Produktnetzwerk ermöglicht echte Omnichannel-Kommunikation, indem es erstens in jeden Online-Shop problemlos integriert werden kann, und zweitens die Produktinformationen auf al-



„loadbee“ im Kundeneinsatz am POS.

bee“ gebündelten Informationen verweisen. Darüber hinaus können Pre Sale-Flyer mit QR-Codes noch tiefgründiger informieren und durch den Scan des QR-Codes am Produkt erhält der Kunde weitere Infos und Zubehör zu seinem gekauften Artikel.

Claus Meister und Matthias Scheffler von der loadbee Business Development sind von dem Produktnetzwerk überzeugt: „Wie bieten optimale Verkaufsbearbeitung in allen Verkaufskanälen auf allen digitalen Endgeräten“, stellt er die drei Hauptvorteile seines Netzwerkes heraus. Für ihn eine klare Tripple-Win-Situation. Für den Hersteller, weil die-

einheitlichen Content erhält, weniger Fehlkäufe tätigt, schneller informiert wird und ein besseres Einkaufserlebnis erfährt.

Als einer der ersten Standorte ist „loadbee“ im technischen Fachhandel bei Rothhaas in Dietz im Einsatz. Das Handelsunternehmen ist Mitglied im EDE. Von Lieferantenseite wird das Netzwerk u. a. vom Spezialisten für Befestigungstechnik Fischer mit vorangetrieben. Es wird spannend zu sehen sein, wie reale und virtuelle Welten auch in der Beratung zukünftig zusammenfinden und welche Lösungen sich durchsetzen. „loadbee“ hat da eine echte Chance. ■