

Mobile Commerce**Emotionen wecken im E-Commerce und M-Commerce**

Das Auge kauft mit – egal ob im Geschäft, im ansprechend gedruckten Katalog oder immer verstärkter auch bei Online- und Mobile-Angeboten. Dieses veränderte Konsum- und Einkaufsverhalten zwingt die Anbieter im Versandhandel dazu, den Fokus zunehmend auf die Bereiche E-Commerce und M-Commerce zu richten.

Neben leistungsstarken Systemen für die Datenhaltung, -pflege und -organisation, die aktuell, kostengünstig und effizient die Bedienung aller Marketing- und Vertriebskanäle mit Content gewährleisten, treten Lösungen in den Vordergrund, die professionell die Frage beantworten: Wie spreche ich die Zielgruppen so an, dass ein emotionales und komfortables Shopping-Erlebnis zum Kauf animiert und die Kunden dauerhaft bindet?

Tablets machen mobiles Shoppen bequem

Eigneten sich klassische Handys nur zur bloßen Informationsübermittlung und ermöglichen selbst Smartphones aufgrund ihrer kleinen Bildschirme nur bedingt ein bequemes Einkaufen, so wird sich das Thema „Mobile“ für den Versandhandel mit dem iPad und seinen zu erwartenden Konkurrenten in geradezu revolutionärer Weise ändern: Ob im Café oder unterm Baum im Park – mobiles Shoppen von unterwegs oder an öffentlichen Plätzen bedeutet für den Versandhandel weitere Herausforderungen und neue Chancen zugleich.

Die emotionale Kundenansprache als Erfolgsprinzip und blätterbare Kataloge für moderne Online-Einkaufserlebnisse: Meyle+Müller und w&co MediaServices haben nach OnlineKATclassic und den beiden Varianten für den individuellen Online-Katalog (OnlineKATactive) bzw. die interaktive Bildershow (OnlineKATemotion) nun auch eine App für Smartphones und iPad entwickelt und auf den Markt gebracht: OnlineKATmobile, die individuell auf Kundenwünsche anpassbare und erweiterbare Lösung für Versender, die zukünftig auf M-Commerce setzen.

iPads und iPhones: Mobile ist nicht gleich Online. Entsprechend angepasst wurde der blätterbare Katalog für die neuen Kanäle und deren besondere Anforderungen. Das beginnt beim Inhaltsverzeichnis für den kompletten Überblick aller Produktkategorien und Warenartikel, wird fortgeführt mit Volltextsuche und der Nutzung der iPad-/iPhone-Multitouch-Sensoren und hört noch lange nicht auf mit der möglichen Anbindung an Social-Media-Foren wie facebook und twitter.

Die Kunden in den Social Communities „abholen“

Gerade die direkte Vernetzung mit den unterschiedlichsten Communities und Weblogs macht OnlineKATmobile zum zukunftsweisenden Marketing- und Vertriebsinstrument. Sie nutzt nicht nur die rasanten Trends von Netzwerken und erschließt mit geringem Aufwand neue und

große Zielgruppen, sondern bietet den Kunden auch die Möglichkeit zu direkter Response.

Apps müssen dem Hardware-Standard folgen

Smartphone-Nutzer sind anspruchsvoll, was heißt: Apps, die nicht den gewohnten Standards hinsichtlich Funktionalitätserwartungen entsprechen, wirken kontraproduktiv. Deshalb wird bei OnlineKATmobile großer Wert darauf gelegt, dass das Katalog-Shopping für die Nutzer durchgängig die vorhandenen Möglichkeiten bietet. Zum Beispiel sind die Katalogseiten angepasst an Hoch- und Querformat, sie können einfach vorwärts und rückwärts geschoben werden. Ebenfalls unerlässlich für den Einsatz bei Smartphone und iPad: Digitale Lesezeichen und Zoom-Funktionen.

Den Versandhändlern selbst bietet OnlineKATmobile zudem große Vorteile im Handling. Beliebig viele Kataloge können nicht nur dargestellt, sondern auch schnell und einfach aktualisiert oder ausgetauscht werden. Damit haben die Nutzer immer Zugriff auf den neuesten Katalog, die aktuellsten Preise und Verfügbarkeiten. Dazu die intuitive Anwendung in Verbindung mit einer emotionalen Produktpräsentation.

Ein stimmiges Zusammenspiel all dieser Features und Leistungen wird nach Meinung der Experten für den Versandhandel schon bald M-Commerce neben E-Commerce als zukunftsweisenden Ver-

triebs- und Kundenbindungskanal etabliert sein.

Effizienz und Flexibilität über alle Vertriebskanäle

Eine weitere Lösung für M-Commerce bieten Meyle+Müller und w&co MediaServices in Verbindung mit ihrer Multichannel-Produktionslösung OnlineMediaNet. Der Leitgedanke von OnlineMediaNet ist das hochgradig automatisierte Publizieren von Inhalten aus einer zentralen Datenbasis für alle Vertriebskanäle (Print, Online, Mobile, Stationär). OnlineMediaNet ist dabei modular aufgebaut: Die Nutzer können sich aus verschiedenen Modulen bis hin zu Individualentwicklungen genau die Lösung zusammensetzen, die zu ihnen passt.

In der Folge entstehen nicht nur sehr effiziente Workflows und kostengünstige Prozesse, sondern auch die nötige Flexibilität, Endkunden erfolgreich genau dort anzusprechen, wo sie sich gerade aufhalten.

Das M-Commerce-Modul von OnlineMediaNet ermöglicht dem Versender, alle vorgehaltenen Inhalte aus einer zentralen Datenhaltung heraus produktgetrieben an eine individuelle App, auszuleiten. Damit können Marketinganstöße ohne systemseitige Anpassungen quasi auf Knopfdruck erstellt werden.

*Meyle+Müller auf der MOW:
Halle 3, Stand 303+305*