



plant: Besteigung des Kilimandscharo. Da sie dafür neue Wanderschuhe benötigt, bittet sie Cortana, ihre fast schon mehr als künstlich intelligente persönliche Assistentin auf ihrem Smartphone, ihr ein paar Vorschläge zu unterbreiten. Cortana analysiert mithilfe Künstlicher Intelligenz Bilder von der Geländebeschaffenheit auf dem Kilimandscharo und sucht gleichzeitig nach relevanten Geschäften in Sams Nähe.

#### Chatbot macht Vorschläge

Cortana schlägt drei Angebote vor. Sam tippt auf ein Paar Schuhe von einem ihrer Lieblingseinzelhändler, das ihr gefällt. Daraufhin erscheint ein Chatbot des Einzelhändlers auf Sams Smartphone; der fragt, ob sie ein Paar Schuhe in einem nahe gelegenen Geschäft anprobieren möchte.

Dort findet auch gleich ein interaktiver „Kilimandscharo“-Event statt, bei dem Sam die

Wanderschuhe anprobieren und dank eines Rabatts zum günstigen Preis kaufen kann.

Als Sam im Geschäft ankommt, hat ein Verkäufer, basierend auf ihrer Kaufhistorie, die Wanderschuhe schon in der richtigen Größe für sie herausgesucht. Mithilfe seines Tablet-PCs und ihres detaillierten Kundenprofils kann der Verkäufer Sam weitere Angebote zeigen, die interessant sein könnten – etwa ein neues Zelt; immerhin hat sie sich ein solches schon seit fünf Jahren nicht mehr gegönnt. Er empfiehlt verschiedene, sofort verfügbare Angebote und verarbeitet anschließend Sams Zahlung mithilfe mobiler PoS-Technologie direkt auf seinem Tablet. Sam, die für ihren Kauf weder auf ihre Ware warten noch ihre Kreditkarte hervorholen musste, verlässt rundum zufrieden das Geschäft.

#### Nach dem Kaufakt

Nachdem er Sam bedient hat, prüft der Verkäufer auf dem Tablet, wie viele Wanderschuhe auf Lager sind. Cortana macht ihn darauf aufmerksam, dass ein großer Schlussverkauf stattfinden wird. Dadurch weiß der Verkäufer, dass er die Wanderschuhe und andere beliebte Waren für eine entsprechende Bestandsaufstockung aus dem nahe gelegenen Lager kennzeichnen muss.

Als schließlich das Kundenauftreten im Geschäft zunimmt, schickt der Verkäufer eine Anfrage an das mobile Endgerät des Filialleiters, die diesen darum bittet, vorübergehend mehr Personal für die Verkaufsfäche abzustellen. Dank all dieser Funktionen, die ihm durch Cortana auf seinem Gerät zur Verfügung stehen, muss der Verkäufer weniger Zeit für Verwaltungsaufgaben aufwenden; er kann sich stärker auf die individuelle Kundenbetreuung konzentrieren.



© hde/Die Hofphotografen

”

*Am Ende des aktuellen Umbruchs im Einzelhandel werden die Handelsunternehmen erfolgreich sein, die Online und Offline am besten miteinander verzahnen.*

**Stefan Genth**  
GF Deutscher  
Handelsverband

“

Klingt alles ein bisschen futuristisch? Mitnichten: Die dafür erforderliche Technologie ist bereits vorhanden, immer mehr Einzelhändler erkennen ihr großes Vorteilspotenzial. So hat beispielsweise Coop, die größte Einzelhandelskette Italiens, inzwischen in Mailand ihren ersten „Supermarkt der Zukunft“ eröffnet, der komplett auf der Microsoft-Cloud-Technologie basiert.

#### Im Markt der Zukunft

Dort führen Roboter, Sensoren und Apps die Käufer gezielt zu Produkten. Die passen ideal zu ihrem Anforderungs- und Käuferprofil. Mit interaktiven Bildschirmen, die über die gesamte Verkaufsfläche verteilt sind, können Kunden sofort auf Informationen zu über 6.000 Produkten zugreifen, die sich passend zu ihren speziellen Ernährungsbedürfnissen filtern lassen.

Wer beispielsweise gegen Nüsse allergisch ist, braucht das nur laut zu sagen – schon wird angezeigt, welche Produkte Nüsse enthalten und welche nicht. Die direkte Nachfrage beim Verkäufer ist obsolet, die

benötigten Informationen werden sofort über die interaktiven Bildschirme auf der Verkaufsfläche abgerufen. Der Supermarkt der Zukunft nutzt Microsoft Azure, die Cloud-Computing-Plattform der Enterprise-Klasse von Microsoft. Diese Technologie bietet die nötige Verarbeitungsleistung zur Verwaltung der enormen Mengen an Kunden- und Verkaufsdaten, die dieses persönliche Erlebnis möglich machen.

#### Zukunft passiert jetzt

2018 werden jene Händler erfolgreich sein, die schnell auf neue Anforderungen reagieren können. Das Verzahnen von Online und Offline ist laut Deutschem Handelsverband obligatorisch. Auf der Ausstellung der National Retail Federation (NRF) 2016 war der „Supermarkt der Zukunft“ nur ein Konzept – der erste *reale* Supermarkt dieser Art wurde vor Kurzem in Mailand eröffnet.

Durch den Abbau von Silostrukturen eröffnen Cloud-Technologien und Marken revolutionäre Möglichkeiten für eine neue Arbeitsweise; damit können sie anspruchsvollen Verbrauchern genau die personalisierten, nahtlosen und differenzierten Einkaufserlebnisse bieten, die sie sich wünschen.

### Digitale Trendbox

#### Zukunftsmarkt

Im Markt der Zukunft führen Roboter, Sensoren und Apps die Käufer gezielt zu Produkten. Die passen perfekt zu ihrem Käuferprofil. Interaktive Bildschirme im Geschäft erlauben den Zugriff auf Produktinfos, inklusive Filterfunktionen.

#### In the Cloud

Cloud-Technologien bieten Einzelhändlern und Marken revolutionäre Möglichkeiten für eine neue Arbeitsweise. Personalisierte, nahtlose und differenzierte Einkaufserlebnisse sind damit machbar.