



etwa Alternativen zur PIN-Eingabe, unterstützt YUMI auch sehbehinderte Kunden.

Dabei lässt sich YUMI in händler-eigene Point-of-Sales (POS)-Systeme integrieren oder als eigenständiges Terminal nutzen. Es ist in zwei Konfigurationen erhältlich: entweder als stationäres Terminal für den Ladentisch oder als mobiles Terminal.

Fit mit Omni-Channel

Der Zugriff auf jedes Produkt, egal zu welcher Uhrzeit und von welchem Ort aus – das ist das zentrale Versprechen unserer vernetzten Einkaufswelt. Die einst so lineare Customer Journey ist zum Labyrinth der unbegrenzten Möglichkeiten geworden und steht für den Handel von morgen.

Umfassende Kundenbindung und eine maßgeschneiderte Konsumentenansprache an jedem Touchpoint werden für Händler deshalb zu zentralen Erfolgsfaktoren; Smartphones und Tablets übernehmen hierbei eine Schlüsselfunktion: Analysten von Gartner zufolge wird es bereits im Jahr 2020 20,4 Mrd. vernetzte Geräte geben – ihre Allgegenwärtigkeit wird auch unsere Einkaufsgewohnheiten prägen. Themen wie Mobile Payment und Optimierung des Zahlungsmix stehen deshalb für Online-Händler ganz oben auf ihrer Agenda.

Customer Journey Reiseführer

Auf Instagram gesehen, unterwegs auf Facebook geklickt oder im Laden aufgestöbert – Kunden entdecken Produkte auf unterschiedlichen Wegen. Dementsprechend startet für sie auch die Customer Journey an verschiedenen Orten. Auf dem Weg zum Kaufabschluss springen Kunden zwischen der Online- und Offline-Welt hin und her. Sie probieren Kleidung im Laden an, vergleichen die

Preise per Google Shopping, reservieren oder bestellen im Onlineshop und tauschen die Ware schließlich im Laden um.

Diese neue Komplexität ist für Händler eine Herausforderung, aber auch eine Chance. Denn wenn es ihnen gelingt, die richtigen Touchpoints zu schaffen und Kunden auf jeder Etappe ihrer Customer Journey mit den passenden Angeboten und Botschaften zu erreichen, hat das enorme Auswirkungen auf zwei zentrale Erfolgsfaktoren: Kundenzufriedenheit und Verkaufserlöse.

Händler, die bereits jetzt ihren Kunden einen nahtlosen Wechsel zwischen allen Verkaufskanälen ermöglichen, sind fit für den Handel von morgen. So wollen bald auch mehr deutsche Kunden ein Produkt, welches sie im Schaufenster sehen, online recherchieren und – vielleicht gar per Sprachsteuerung durch Alexa, Google Home und Co – bestellen und im Ladengeschäft abholen.

Begleitung auf neuen Wegen

Mit dem Wandel der Customer Journey geht auch die Weiterentwicklung der Omni-Channel-Strategie einher. Zusätzliche Touchpoints bieten Händlern neue Wege, um zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort mit ihren Stammkunden in Kontakt zu treten oder um potenzielle Kunden zu erreichen:

- **Click and Collect:** Der Kunde bestellt und bezahlt Ware online und holt sie im Laden ab. Es entsteht die Chance für Up- und Cross-Selling, etwa bei Spontaneinkäufen.

- **Click and Return:** Ein Verbraucher bestellt und bezahlt ein Produkt online; er bekommt es nach Hause geliefert und kann es nach Anprobe im Laden umtauschen oder zurückgeben. Der Einkaufswert wird ihm rückerstattet – ohne dass er die für die Zahlung ursprünglich genutzte Karte dabei haben muss. Auch hier erhöht sich die Quote von Umtausch oder Neukauf im Vergleich zur bloßen Versandretoure nachweislich.
- **Endless Aisle:** Nicht lagernde Ware kann via mobilem Endgerät oder an einem Infokiosk direkt vor Ort bestellt und die spätere Zahltransaktion vorbereitet werden. Das minimiert den möglichen Bruch zwischen Kaufinteresse und Kaufakt.



Ausgezeichnetes Terminal

Prämiert mit dem Red Dot Award: Product Design 2019: YUMI.

möglicht YUMI Händlern, ihren Kunden ein Zahlungserlebnis anzubieten, das die Erwartungen der Konsumenten sowohl in Bezug auf das Design als auch auf die dem Gerät innewohnenden Funktionalitäten übertreffen wird.

Der 7-Zoll-Volltouchscreen besteht aus kratzfestem Gorilla-Glas und ermöglicht eine sehr gute Lesbarkeit. Das robuste Design ist sturzsicher, die Chipkarten- und Magnetstreifenleser garantieren langfristige Zuverlässigkeit. Das Zahlterminal erfüllt alle aktuellen Sicherheitsanforderungen für Hard- und Software – unter anderem ist er nach PCI PTS 5.x (Payment Card Industry PIN Transaction Security, Anm.) zertifiziert und entspricht den Standards Secure Reading and Exchange of Data (SRED) sowie Open Protocol. Mit einer Reihe an intelligenten Funktionen,