

Bedarf glasklar im Blick

Die Analyse-Portale von Hachmeister + Partner (h+p) bieten nochmals erweiterte Möglichkeiten

mb: h+p ist unter anderem Benchmarking-Spezialist. Warum sind Marktdaten so wichtig?

Marc Unterbrink: Erst der Vergleich mit Marktdaten macht es möglich, eigene Potenziale zu erkennen. So können treffsicherere und zugleich schnellere Entscheidungen getroffen werden, ob zur Aufnahme neuer Marken, der Nachorder von Renner-Artikeln oder dem Zeitpunkt und der Höhe von Reduzierungen. Es findet weniger 'try and error' statt, was sich der Handel angesichts der aktuellen Herausforderungen ohnehin immer weniger leisten kann. Unsere Handelsdatenbank ist die größte in der DACH-Region, über 900 Fashion-POS sind angebunden, die mehr als 7,5 Milliarden Euro Umsatz repräsentieren. Zudem sind über 2,8 Millionen Kundenkartendaten im Panel.

mb: Wo sehen Sie in der Nutzung Ihrer Tools, die wir unten vorstellen, die größten Potenziale?

Marc Unterbrink: Das 'hap' dient unter anderem der optimalen Order-Vorbereitung und bedarfsgerechten Ein- und Nachsteuerung von Ware. Renner und Penner werden eindeutig identifiziert. Generell werden aktiv Hinweise bei Auffälligkeiten gegeben und die Marken-Performance im Benchmark sichtbar gemacht. Das Ergebnis sind höhere Renditen und auch Kalkulationssteigerungen, beispielsweise durch selektivere Reduzierungen. Das 'KAP' macht die zielgerichtete Endkundenansprache und das Controlling der Marketingmaß-

nahmen möglich. Man erhält Transparenz über den Erfolg von Kampagnen und erkennt Marktpotenziale auf PLZ-Ebene oder für Kundengruppen.



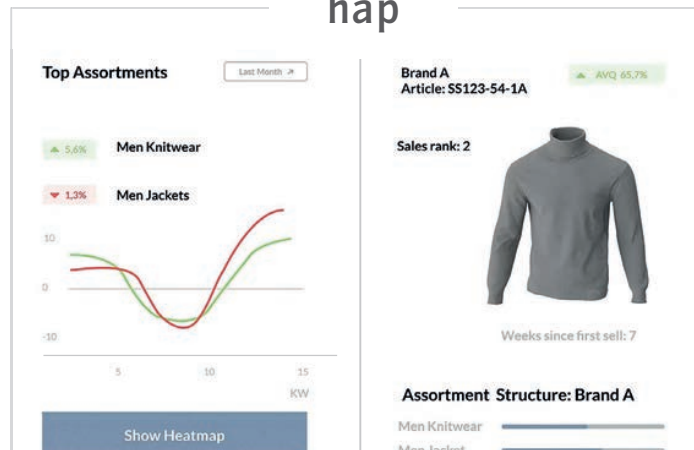
Marc Unterbrink,
Partner bei h+p.

mb: Wie funktioniert die Teilnahme für Modehändler konkret?

Marc Unterbrink: Die Warenwirtschafts- und/oder CRM-Systeme werden an die h+p-Systeme angebunden. Es bestehen Standard-Schnittstellen zu nahezu jedem Wawi-System und auch zu Marketing-Tools, beispielsweise von E-Mail-Dienstleistern oder Kunden-

Apps wie jener von Hutter & Unger (siehe auch S.14). Es muss lediglich die Freischaltung vorgenommen werden. Die Daten werden dann automatisiert übermittelt, der Aufwand auf Händlerseite ist gering. Das bedeutet: Unsere Partner kommen schnell 'into action'. SH

hap



Mit dem Hachmeister + Partner Analyse-Portal können Händler jederzeit und überall relevante Kennzahlen bis auf Artekebene analysieren und mit dem Wettbewerb vergleichen.

Neue Features:

- Bewertung und Vergleich von Lieferanten in einer Scorecard (Deckungsbeiträge, Prozesse, Kooperationen, ...)
- E-Commerce-Benchmarking (Vergleich von Onlineshop-KPI)
- Marken in der Übersicht (alle Infos zu einer Marke inkl. Mitbewerbervergleich)
- Artikel-Dashboard (Bilder, Größen-/Farbverteilung der Bestseller im Abgleich zum Benchmark)
- Hochrechnungen für ausgewählte Kennzahlen (z.B. Hinweis auf Über-/Unterbestände bei Marken/Warenguppen)

KAP



Das Kunden-Analyse-Portal von Hachmeister + Partner analysiert kontinuierlich die eigenen Kundenkartendaten und verknüpft sie auf Wunsch mit den Benchmarks.

Neue Features:

- Intelligente Marketing-Automatisierung (Selektion, Grundrauschen an Aktionen)
- Schnittstellen zu zahlreichen Kunden-Apps und E-Mail-Tools
- Kundensteckbrief (Kundeninfos für das VK-Personal auf mobilen Endgeräten)
- Kartendarstellung und CRM-Cube zur selektiven Analyse
- Analyse von Warenkörben und Crossselling