

Studie von Blue Yonder, ein JDA Unternehmen: 96 Prozent der Einzelhändler vertrauen noch auf manuelle Prozesse statt KI und Automatisierung

Blue Yonder, ein JDA-Unternehmen, hat in Zusammenarbeit mit Microsoft eine Studie durchgeführt, die zeigt, dass die überwiegende Mehrheit der stationären Einzelhändler noch immer auf manuelle Eingriffe in Kernprozesse wie Warendisposition und Preisgestaltung vertraut.

JDA FocusConnect 2018 und Karlsruhe - 6. November 2018 – Die in Kooperation mit Microsoft durchgeführte Umfrage von Blue Yonder, ein JDA-Unternehmen, hat ergeben, dass stationäre Einzelhändler das Kundenerlebnis verbessern und stärker mit Online-Händlern konkurrieren könnten, wenn sie ihre Preis- und Warendispositionsprozesse weitgehend automatisieren. Die heute veröffentlichte Studie ergab, dass 96 Prozent der Einzelhändler bei ihren Preis- und Warendispositionsstrategien auf manuelle Prozesse vertrauen, obwohl sie die Vorteile einer stärkeren Automatisierung umfassend erkennen.

Die Studie befragte 200 stationäre Einzelhändler aus Großbritannien, Deutschland und den USA, um herauszufinden, wie Einzelhändler neueste Technologien einsetzen, um einen Wettbewerbsvorteil zu erzielen und die Wettbewerbsbedingungen mit agileren Online-Händlern zu verbessern. Die Studie ergab beispielsweise, dass die Einzelhändler weiterhin an ihrem Filialnetz festhalten. 90 Prozent antworteten, dass sie entweder ihre Investitionen in den Filialen erhöhen oder aufrechterhalten werden. Dabei investieren sie durchschnittlich 36 Prozent ihres IT-Budgets in neue Technologien wie künstliche Intelligenz, um die hohen Anforderungen der Kunden zu erfüllen und sich auf die Zukunft des Einzelhandels vorzubereiten.

Damit der stationäre Einzelhandel diese Nachfrage befriedigen kann, muss er die Vorteile modernster Technologien nutzen und seine Kernprozesse optimieren, steht er doch im direkten Wettbewerb mit den Online-Händlern. Laut der Umfrage geben 53 Prozent der Einzelhändler an, dass es Raum für Verbesserungen in ihren Dispositionsprozessen gibt, während 54 Prozent dasselbe über ihre Preisstrategie sagen. Diese Kernprozesse sind entscheidend für den Erfolg von Einzelhandelsgeschäften. Während Einzelhändler überwiegend manuelle Eingriffe durchführen, sind sie sich bewusst, dass der Einsatz von Technologien der nächsten Generation zur

Automatisierung dieser Prozesse eine Vielzahl von Vorteilen für ihr Unternehmen mit sich bringen würde. So gaben 58 Prozent der Einzelhändler an, dass eine automatisierte Disposition zu einem besseren Kundenerlebnis führen würde. 56 Prozent bestätigten, dass eine automatisierte Preisgestaltung die Gewinne erhöhen könnte.

Uwe Weiss, CEO von Blue Yonder, kommentiert die Ergebnisse wie folgt: „Einzelhändler haben die Vorteile erkannt, die die Automatisierung für ihr Unternehmen mit sich bringt. Aber entscheidender ist die Agilität, die sie erzielen, um mit ihren E-Commerce-Wettbewerbern zu konkurrieren. Online-Händler nehmen bereits regelmäßig Anpassungen an ihren Preisen vor und reagieren damit auf die Nachfrage und Trends der Verbraucher. So können sie ihre Preise optimieren und den Umsatz maximieren. Stationäre Händler haben indessen versucht, mit manuell betriebenen, veralteten und statischen Preisstrategien zu arbeiten. Mit einer automatisierten Lösung zur Preisoptimierung haben Einzelhändler jedoch endlich die Flexibilität und Agilität, ihre Preise auch in ihren Filialen zu optimieren, um den Kunden ein besseres Erlebnis zu bieten und dadurch effektiver mit ihren Online-Rivalen zu konkurrieren“.

Shish Shridhar, Microsoft Global Retail Industry Solutions Director, kommentiert: „Cloud-Technologien und KI sind leistungsstarke Werkzeuge, die Einzelhändlern helfen, einen höheren Automatisierungsgrad bei ihren Preis- und Dispositionsprozessen zu erreichen. Microsoft Azure und Azure AI erhöhen die Produktivität in Unternehmen und treiben somit eine intelligent datengesteuerte Organisation in der gesamten Einzelhandelsbranche voran. Die leistungsstarke Kombination der JDA/Blue Yonder Lösungen mit Azure ermöglicht es Einzelhändlern, sich besser auf dem Markt zu behaupten.“

Die manuelle Intervention bei der Ausführung kritischer Prozesse wie Preisfindung und Nachschubplanung macht den Handel anfällig für Ungenauigkeiten. Beispiele hierfür sind, dass nicht die richtigen Produkte verfügbar sind oder der Preis auf einem suboptimalen Niveau liegt, was zu Umsatzverlusten führt. Intelligente Technologien wie KI können nicht nur Einblicke in die Preisgestaltung und die prognostizierten Lagerbestände geben, sondern den Einzelhändlern auch bessere Entscheidungen für Ihre Supply Chain und Preise liefern. KI-Lösungen können riesige Datenmengen analysieren, um diese Prozesse vollständig zu automatisieren und den Aufwand manueller Eingriffe zu verhindern. So können Einzelhändler ihre Ressourcen vermehrt für die Verbesserung des Kundenerlebnisses einsetzen.

Uwe Weiss ergänzt: „Traditionelle Einzelhändler müssen sich als Disruptoren verstehen, sich von veralteten Prozessen entfernen, die sie seit Jahrzehnten nutzen. Sie müssen nach neuen Technologien suchen, um ihr Unternehmen zu verändern. Wenn stationäre Einzelhändler mit ihren Online-Rivalen konkurrieren wollen, müssen sie ihren Ansatz in Bezug auf Technologie und Daten radikal verändern. Sie müssen anfangen, Daten nicht nur als einen ihrer wichtigsten Vermögenswerte zu betrachten, sondern auch als Schlüssel, der es ihnen ermöglicht, bessere

Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen. Außerdem können sie sowohl ihre Supply Chain als auch Preise optimieren sowie in einem wettbewerbsfähigeren und anspruchsvolleren Markt überleben und weiterwachsen."

Den vollständigen Bericht – den Blue Yonder Smart Report – erhalten Sie [hier](#).

Methodik

Im September 2018 führte Vanson Bourne im Auftrag von Blue Yonder und JDA eine Marktstudie durch, um die Herausforderungen zu ermitteln, vor denen Einzelhändler stehen und wie sie auf diese Herausforderungen reagieren. Außerdem stand der Automatisierungsgrad in Schlüsselprozessen und ihr Ansatz für neue Technologien im Vordergrund.

Die Studie befragte 200 führende IT- und Fachentscheider von Einzelhändlern in Großbritannien, Deutschland und den USA. Alle teilnehmenden Unternehmen hatten sowohl Online- als auch physische Einzelhandelsgeschäfte und einen Umsatz von über 500 Millionen US-Dollar.

Von den 200 befragten Einzelhändlern stammten 23% aus dem Modebereich, 21 Prozent aus dem Lebensmittelbereich, 22 Prozent aus dem Warenhausbereich und 34% aus dem sonstigen Handel.

Über JDA Software, Inc.

JDA Software ist der führende Anbieter von Supply-Chain-Software für die digitale Transformation von heute. Wir unterstützen Unternehmen, die Belieferung ihrer Kunden zu optimieren. Mit unseren Lösungen können Sie die Nachfrage vorhersagen und genau festlegen, schneller und intelligenter erfüllen sowie die Kundenzufriedenheit und -loyalität verbessern. Mehr als 4.000 Kunden weltweit nutzen unsere marktführende End-to-End-Software und SaaS-Lösungen, um ihre Lieferketten zu vereinheitlichen und zu verkürzen, die Ausführungsgeschwindigkeit zu erhöhen und ihre Kunden gewinnbringend zu beliefern. Zu unseren Kunden zählen 76 der Top 100 Einzelhändler, 77 der Top 100 Konsumgüterunternehmen und 8 der Top 10 der globalen 3PLs. Mit JDA können Sie die Lieferung planen. www.jda.com

Über Blue Yonder

Blue Yonder, ein Unternehmen von JDA, ist ein führender Anbieter von Lösungen für künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen (ML). Es ermöglicht Einzelhändlern sowie Konsumgüter- und anderen Unternehmen, ihre Geschäftsabläufe zu transformieren und rentablere,

automatisierte Geschäftsentscheidungen zu treffen. Dadurch lassen sich deutlich höhere Gewinne und optimierte Kundenerlebnisse erzielen.

Durch die Integration von KI/ML in die Supply Chain und Merchandising-Prozesse können Einzelhändler wesentlich schneller auf dynamische Marktbedingungen und Kundenpräferenzen reagieren.

Entwickelt von einem der größten Teams von promovierten und auf den Handel sowie Supply Chain spezialisierten Data Scientists, liefern Blue Yonders KI/ML-Lösungen täglich 600 Millionen intelligente, automatisierte Entscheidungen.

Blue Yonder wurde 2008 in Karlsruhe vom ehemaligen CERN-Wissenschaftler Professor Michael Feindt gegründet und 2018 von JDA Software übernommen. Das Unternehmen hat bereits zahlreiche Auszeichnungen erhalten, darunter den Experton Big Data Leader Award 2016, den BT Retail Week Technology Award, dem Deutschen Innovationspreis 2015, den IGD Award 2017 für Supply Chain Innovation und als Top-100-Innovator 2017.

Blue Yonder stellt seine Lösungen über Microsoft Azure bereit und wurde 2018 als Finalist des Microsoft Partner of the Year Awards in der Kategorie Retail ausgezeichnet.

Unternehmenskontakt

Dunja Riehemann

Blue Yonder Director Marketing

T +49 721 383117 36

E Dunja.riehemann@blue-yonder.com

Medienkontakt

Jörg Stelzer / Sebastian Weinstock

Schwartz Public Relations

T +49 89 211 871 34 / 72

E blueyonder@schwartzpr.de

Blue Yonder Social Networks:

Blog: <https://blog.blueyonder.ai/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/blueyondergmbh/>

Twitter: <https://twitter.com/BYAnalytics>

JDA Social Networks:

Web: <https://jda.com>

Blog: <https://blog.jda.com>

Facebook: <https://www.facebook.com/JDASoftwareGroup>

Instagram: <https://www.instagram.com/jdasoftware/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/jda-software>

Twitter: <https://twitter.com/JDASoftware>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/JDASoftware>

"JDA" is a trademark or registered trademark of JDA Software Group, Inc. Any trade, product or service name referenced in this document using the name "JDA" is a trademark and/or property of JDA Software Group, Inc.

JDA Software, Inc.
15059 N Scottsdale Rd, Ste 400
Scottsdale, AZ 85254