

Wie künstliche Intelligenz den Einzelhandel rettet: Neues E-Book von Blue Yonder führt durch das Haifischbecken

Karlsruhe, 23. Oktober 2017: Das neue E-Book von Blue Yonder, einem führenden Anbieter von künstlicher Intelligenz (KI) im Handel, zeigt auf, wie KI dem Einzelhandel das Überleben sichert. Mit hilfreichen Tipps, was es bei der Einführung – auch bezüglich des dadurch eingeleiteten Wandels in der Unternehmenskultur – zu beachten gilt sowie handfesten Praxisbeispielen, verdeutlicht das E-Book die Innovationskraft von KI im Handel.

Onlinegiganten wie Amazon machen sich künstliche Intelligenz bereits intensiv zu Nutze und scheinen dadurch ein unerreichbarer Konkurrent zu sein. Dank ihnen sind Modekunden heute gewohnt, innerhalb von ein bis zwei Tagen ihre Lieferung zu bekommen. Das erhöht den Druck – im Modehandel ohnehin, aber auch im Lebensmittelhandel verschärft sich der Wettbewerb. Wer im Haifischbecken Handel mithalten will, muss spätestens jetzt auf KI setzen. Denn wenn sich etwas von den „Disruptors“ lernen lässt, dann wie man durch den cleveren Einsatz von Technologie seine Kunden besser versteht, den Kundenservice verbessert, schneller wird und seine Daten richtig nutzt. Dafür ist grundlegend wichtig den Wert der Daten zu erkennen und Daten als Kapital zu begreifen und zu nutzen.

Prof. Dr. Michael Feindt, Gründer und Chief Science Officer, über die Notwendigkeit vom KI-Einsatz im Handel: „Wer nicht auf KI setzt, stirbt! Wer sich dagegen der neuen Technologie öffnet und diese klug für sich nutzt, hat beste Chancen, um auch in Zukunft im Einzelhandel erfolgreich zu sein. Digitaler Wandel mit KI ist für den Einzelhandel keine Frage der Wahl, sondern der Notwendigkeit. Nur wer sich verändert und die neuen KI-Technologien für sich nutzt, überlebt.“

Das neue E-Book von Blue Yonder gibt die Antwort darauf, wie KI den Einzelhandel schon heute konkret unterstützt. Praxisbeispiele aus dem Alltag zeigen auf, wie Handelsunternehmen mithilfe künstlicher Intelligenz im Haifischbecken des Einzelhandels überleben: Händler transformieren mit KI-basierten Lösungen ihre Kernprozesse, verbessern die Customer Experience und optimieren ihr Markdown Pricing. KI hilft mehr Umsatz und Gewinn zu erzielen sowie die Kosten für die Lagerhaltung zu verringern.

Gute Gründe für KI

Im E-Book nennt Blue Yonder Handelsunternehmen gute Gründe für den Einsatz von KI und verdeutlicht das enorme Verbesserungspotenzial der Supply-Chain und Merchandising-Prozesse des Einzelhandels. Die cloudbasierten Services sind schnell und sicher in bestehende Systeme integrierbar und passen sich permanent neuen Situationen selbstlernend an. Zudem unterstützt KI das Personal im Einzelhandel und macht jedes einzelne Teammitglied effizienter. Denn sie befähigt die Mitarbeiter, sich auf das zu konzentrieren, was sie am besten können: komplexe strategische Entscheidungen treffen, kreative Ideen spinnen und Kunden fundiert beraten. Außerdem hat KI positiven Einfluss auf die Customer Experience. Indem die Systeme täglich auf Basis von Kundenverhalten und -erwartungen optimale Entscheidungen treffen, erfüllen sie Kundenwünsche genau.

Die Überlebensstrategie im Haifischbecken steht Ihnen als E-Book unter folgendem Link zur Verfügung: <https://www.blue-yonder.com/ki-ebook>

Über Blue Yonder

Blue Yonder ist der führende Anbieter von künstlicher Intelligenz und Machine-Learning-Lösungen für den Handel. Das Unternehmen stellt Handelsunternehmen täglich Millionen datenbasierter Entscheidungen bereit. Auf Basis dieser können Unternehmen ihre operativen Geschäftsprozesse grundlegend umgestalten und dadurch ihren Umsatz steigern, ihre Margen erhöhen und schnell auf die Herausforderungen des dynamischen Marktes reagieren. Die Softwarelösungen von Blue Yonder für die Supply Chain, die automatisierte Warendisposition und die Preisoptimierung basieren auf innovativen Machine-Learning-Algorithmen, die von hoch qualifizierten Data Scientists speziell für den Handel entwickelt wurden. 2008 vom ehemaligen CERN-Forscher Prof. Dr. Michael Feindt in Karlsruhe gegründet, ist Blue Yonder heute in Europa und den USA tätig. Zu den Kunden gehören namhafte Handelsmarken wie Morrisons, OTTO, Kaufland und dm. Blue Yonder wurde vielfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem Gartner Cool Vendor Award 2015, dem Experton Big Data Leader Award 2016, dem BT Retail Week Technology Award sowie dem Deutschen Innovationspreis

Blue Yonder. Best Decisions, Delivered Daily.

Unternehmenskontakt

Dunja Riehemann
Blue Yonder Director Marketing
T +49 721 383117 36
E Dunja.riehemann@blue-yonder.com

Medienkontakt

Franziska Müller / Sebastian Weinstock
Schwartz Public Relations
T +49 89 211 871 70 / 72
E blueyonder@schwartzpr.de