



Datengetrieben auf allen Kanälen: INTERSPORT setzt auf minubo – und neue Maßstäbe für die Branche

Seit der Gründung 1956 hat sich INTERSPORT zur erfolgreichsten mittelständischen Verbundgruppe im Sportfachhandel etabliert. Über 900 INTERSPORT-Händler setzen heute in Deutschland fast 3 Milliarden Euro mit Sportartikeln um – ein starkes Fundament. Dennoch steht die gesamte Branche derzeit vor vielen Herausforderungen, die vor allem durch den zunehmenden Wettbewerb und die rasanten Marktveränderungen getrieben werden. Themen, wie Digitalisierung oder intelligente Datennutzung rücken in den Fokus. INTERSPORT hat mit Gründung der INTERSPORT Digital GmbH bereits Anfang 2017 sämtliche digitale Aktivitäten gebündelt.

Darüber hinaus setzt die INTERSPORT-Verbundgruppe auf eine Partnerschaft mit minubo, um zentrale Schritte der digitalen Transformation möglichst effizient und produktiv zu gestalten. In diesem WhitePaper erhalten Sie einen Überblick darüber, wie mit minubo das Thema Datenanalyse innerhalb der Verbundgruppe vorangetrieben und die Digitalisierung am Point of Sale ermöglicht wird.

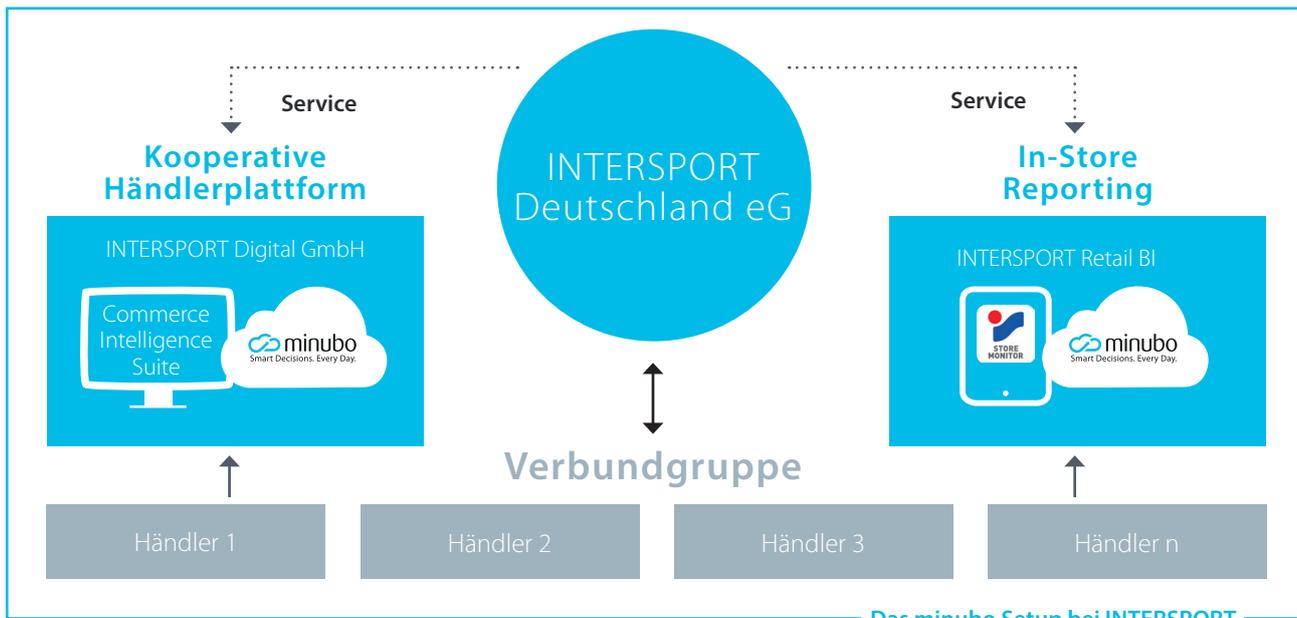
INTERSPORT setzt neue Maßstäbe für einen digital geprägten Sportfachhandel

Die besondere Aufgabe einer Verbundgruppe wie INTERSPORT ist es, die Digitalisierung gemeinsam mit den einzelnen selbstständigen Händlern anzugehen. Digitalisierung bedeutet ein Zusammenrücken der INTERSPORT-Mitglieder durch neue, digital geprägte Strukturen, eine noch intensivere Zusammenarbeit mit Partnern und Lieferanten durch schnellere Informationsflüsse sowie die stärkere Nutzung der eigenen Daten zur Performance-Steigerung.



Hannes Rumer, Vorstand INTERSPORT Deutschland eG:

„Unsere Daten sind für uns wichtiges Kapital, das wir in unserem Verbundbessernutzbar machen wollen. minubo ermöglicht uns genau das: Sowohl in der INTERSPORT-Zentrale als auch bei unseren Händlern etablieren wir durch einfachen Datenzugriff für die entsprechenden Mitarbeiter bessere, datengetriebene Prozesse.“



Kooperative Händlerplattform: Datengetriebene Steuerung in der Zentrale

INTERSPORT Digital GmbH als Treiber der Digitalisierung

Das Anfang 2017 gegründete 100-prozentige Tochterunternehmen INTERSPORT Digital GmbH fungiert als zentraler Servicepartner für alle Händler innerhalb des Verbundes. Zentraler Bestandteil ihrer Arbeit liegt im Aufbau einer kooperativen Händlerplattform – eine offene Vertriebsplattform, auf der INTERSPORT-Händler ihre Ware selbstständig anbieten können. Damit wurde das alte System des geschlossenen Onlineshops abgelöst und eine bessere Verzahnung des On- und Offline-Bereichs ermöglicht. Übergeordnet gibt die INTERSPORT Digital GmbH den Händlern Informationen und Hilfestellungen, um diese in die Lage zu versetzen, das Einkaufserlebnis für ihre Kunden noch besser zu gestalten. Der entscheidende Faktor in dieser Rechnung: Daten.

INTERSPORT Digital GmbH und minubo

Um die Daten innerhalb des Verbundes effizient analysieren zu können, setzt die INTERSPORT Digital GmbH auf eine Partnerschaft mit minubo. Mit der minubo Commerce Intelligence Suite ist die Performance der Händler innerhalb der kooperativen Händlerplattform stets transparent und kann über einfach zu handhabende Tools regelmäßig analysiert werden, um zielgerichtete Handlungsempfehlungen für die Händler abzuleiten. Die INTERSPORT Digital GmbH behält Chancen und Risiken auf diese Weise stets im Blick und kann die Performance der Händlerplattform zielgerichtet vorantreiben.



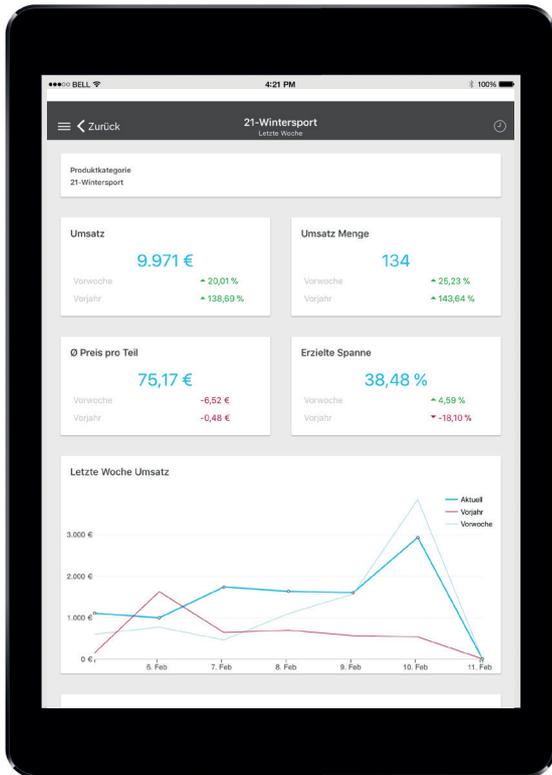
Commerce Intelligence Suite

Die einzige Enterprise BI Lösung als Out-of-the-box-Lösung – speziell für Händler und Marken. Sie ermöglicht Unternehmen, ihre Daten bestmöglich nutzbar zu machen, und damit eine zukunftsfähige, datengetriebene Arbeitskultur zu etablieren:

- Daten-Insights für alle Rollen, egal ob Analyst, operativer Spezialist oder strategischer Entscheider
- Als Single Point of Truth liefert minubo einheitliche Daten für alle Tools
- Das einzigartige Best-Practice-Datenmodell ist passgenau für jede Handelsorganisation, egal aus welcher Branche.
- Die voll skalierbare Cloud-BI-Architektur sorgt für eine hocheffiziente Datenverarbeitung und ermöglicht Echtzeit-Abfragen

So funktioniert die datengetriebene Steuerung der INTERSPORT-Händlerplattform:

Die minubo Commerce Intelligence Suite liefert der INTERSPORT Digital GmbH wichtige Informationen über die Performance der kooperativen Händlerplattform. Sie ist zentrales Analysetool und ermöglicht es, die Plattform optimal auszusteuern – so zum Beispiel durch konstantes Monitoring der Bestellabläufe, Bearbeitungszeiten, Stornierungen und eingehenden Retouren, das ein schnelles Eingreifen und kontinuierliches Optimieren der Prozesse gemeinsam mit den Händlern ermöglicht. Auch die grundsätzliche Performance der Händler kann anhand verschiedener Stellschrauben gesteigert werden: Wird beispielsweise ein Anstieg der Retourenquote bei einem Händler beobachtet, kann die Zentrale wichtige Anregungen geben, um ihn darin zu unterstützen, sich auf der Plattform optimal zu positionieren.



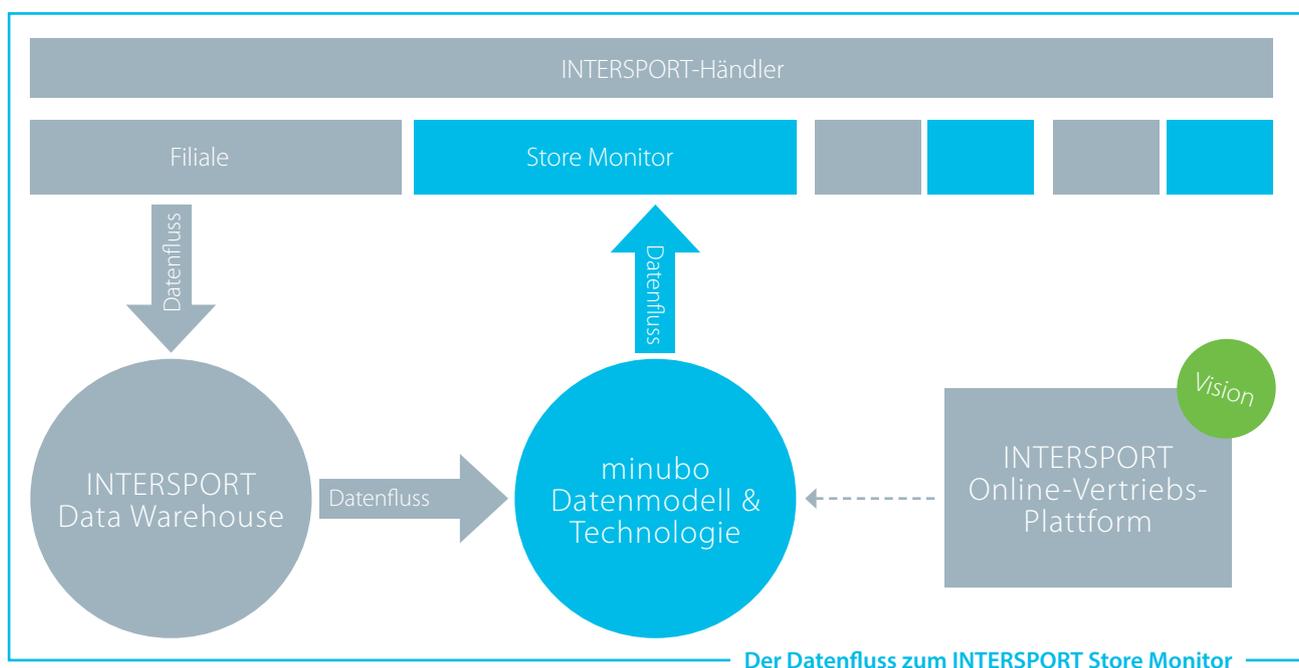
INTERSPORT Store Monitor: In-Store Insights für INTERSPORT-Händler

Datengetriebener Point of Sale – eine Initiative der INTERSPORT Deutschland eG und minubo

Die INTERSPORT Deutschland eG möchte ihre Händler neben der Neuausrichtung des Online-Geschäfts auch beim Abverkauf der Produkte am Point of Sale unterstützen und Hilfestellung bieten, den Kunden ein erfüllendes Einkaufserlebnis zu gestalten. Dabei ist die Idee entstanden, gemeinsam mit minubo, dem Analytics-Partner der INTERSPORT Digital GmbH, ein Tool zu entwickeln, das den INTERSPORT-Händlern und ihren Mitarbeitern über Tablets oder Smartphones schnell und intuitiv Daten-Insights liefert, die sie in die Lage versetzen, mit den richtigen Maßnahmen proaktiv zur Umsatzsteigerung beizutragen. Im Zentrum steht also die Vision des Enablements aller Mitarbeiter durch den vereinfachten Zugriff auf handlungsleitende Daten. In engem Austausch zwischen der INTERSPORT Deutschland eG und minubo ist aus dieser Idee der INTERSPORT Store Monitor erwachsen, wie er heute den Händlern der INTERSPORT-Verbundgruppe zur Verfügung gestellt wird.

Wie funktioniert der INTERSPORT Store Monitor?

Eine der großen Herausforderungen bei der Umsetzung des INTERSPORT Store Monitors war der Aufbau der Datenversorgung für die Händlerdaten. Die Händler der INTERSPORT Deutschland eG arbeiten mit eigenständigen Warenwirtschaftssystemen und speichern ihre Daten entsprechend lokal. Um den INTERSPORT Store Monitor nutzen zu können, schicken die Händler ihre Daten an die zentrale Datenbank der INTERSPORT Deutschland eG. Von hier aus wird die Versorgung des minubo Data Warehouse gesteuert, wo die Daten integriert, modelliert und für den Store Monitor zur Verfügung gestellt werden. Über ein ausgefeiltes Rechtesystem erfolgt wiederum die dezentrale Ausspielung an die Händler, die ihre Daten sowie aggregierte Benchmarks auf diese Weise für ihre tägliche Arbeit nutzen können. Für die Zukunft ist außerdem die Integration der Daten aus der kooperativen Händlerplattform geplant.



So kann datengetriebenes Arbeiten in einem INTERSPORT-Geschäft aussehen:

1. Umsatz-Reporting

Um einen Verkaufstag optimal planen zu können, sind Informationen zu Umsätzen pro Geschäft, Marke und Erlebniswelt wertvolle Ankerpunkte – sie bilden zum Beispiel die Entscheidungsgrundlage für Nachbestellungen und Verkaufsförderung. Mit diesem Wissen sind Händler in der Lage, direkt Maßnahmen einzuleiten, um besonders positive Entwicklungen weiter zu unterstützen (z.B. durch besondere Promotion-Platzierungen im Store) und um Fehlentwicklungen einzelner Geschäfte, Marken und Erlebniswelten rechtzeitig entgegenzuwirken (z.B. durch Einkaufsstopp bestimmter Produkte).

2. Barcode Scanner

Die Performance-Daten einzelner Produkte per Barcode-Scanner ad-hoc abzurufen, versetzt die Mitarbeiter im Store in die Lage, direkt entscheidungsfähig zu sein. Barcode scannen, Verkaufsdaten des Produktes auf einen Blick erhalten und Maßnahmen einleiten – bei Produkten mit sinkenden Verkäufen, aber hohem Bestand kann beispielsweise umgehend ein besserer Promotion-Platz gewählt werden, lange bevor die Saison sich dem Ende neigt. Daten-Insights können so in direkte operative Maßnahmen zur Verkaufsförderung am Point of Sale übersetzt werden.

3. Internes Benchmarking

Von Performance-Daten anderer Standorte können Händler wichtige Inspirationen erhalten und nach neuen Denkanstößen suchen und so Potenziale zur Steigerung des Umsatzes ausschöpfen. Beispielsweise kann ein hoher durchschnittlicher Umsatz einer Erlebniswelt ein Hinweis auf starke Nachfrage nach höheren Preislagen in dem Bereich sein.



Philip Gerlach, Projektleiter Retailreporting:

„Der INTERSPORT Store Monitor bietet unseren Händlern nicht nur einen umfassenden Blick auf die wichtigsten Daten – vielmehr ermutigt er jeden einzelnen Mitarbeiter, sich mehr mit dem Retail-Prozess zu befassen und anhand der Daten selbst zu überlegen, was er tun kann, um die Abverkäufe zu steigern und seine Kunden glücklich zu machen.“

VISION

Der INTERSPORT Store Monitor ist das analytische Kompetenzzentrum am digitalen POS. Er versetzt die Händler und ihre Mitarbeiter in die Lage, durch die einfache und komfortable Arbeit mit Daten proaktiv die richtigen Maßnahmen zu ergreifen und Kunden besser zu beraten. So verbessern Händler auch am POS ihr Ergebnis!