

Smarte IT-Lösungen aus einer Hand

Die Welt des Handels entwickelt sich ständig weiter: Neue Märkte werden erschlossen, neue Technologien entwickelt und Abläufe werden immer komplexer. Als führender Anbieter von Planungs- und Visualisierungslösungen hat SHD nicht nur Software, sondern verbindet Lösungen auch zu einem starken Gesamtsystem – frei nach dem Motto „Wir handeln vernetzt, damit unsere Kunden vernetzt handeln können“. Ein solches Gesamtsystem ist KPS. Über die Strategie mit der Software, vor allem mit Hinblick auf E-Commerce und Leadgenerierung sowie Vorteile und Nutzen der Anwendung „KPS web“, haben wir mit Frank Pohl und Marc Linker, Geschäftsführer der SHD Kreative Planungssysteme GmbH und Geschäftsleitung von KPS, gesprochen.



„Der E-Commerce ist eine der großen Herausforderungen unserer Zeit für den stationären Handel. Aber auch eine riesige Chance“, sind sich Frank Pohl (r.) und Marc Linker, Geschäftsleitung KPS, sicher. Fotos: SHD

MM: Welche Strategie verfolgen Sie mit KPS im Bereich E-Commerce und Leadgenerierung?

Frank Pohl: Unsere Strategie ist es, unseren Händlern Applikationen zur Verfügung zu stellen, die es ihnen ermöglichen, ihre Geschäftstätigkeit auszuweiten und ihr Potenzial um die Kunden zu erweitern, die sich im Internet informieren und den Küchenkauf vorbereiten.

„Wir handeln vernetzt, damit unsere Kunden vernetzt handeln können.“

Denn der Kontakt zum Kunden beginnt nicht erst in den eigenen Ausstellungsräumen. Der Endkonsument wird über unsere Planungstools bereits online inspiriert und kann so einfach und schnell die eigene Küche konfigurieren.

Marc Linker: Weiterhin ist es unsere Entwicklungsmaxime, dass alle Applikationen im höchsten Maße zueinander kompatibel sind.

Das vom Endkunden per Internet erstellte Design wird dem „KPS designstudio“-Profilplaner automatisch zur Verfügung gestellt. Dabei stehen selbstverständlich alle Funktionalitäten uneingeschränkt bereit.

Was zeichnet diese Strategie aus?

Linker: Handelsunternehmen müssen berücksichtigen, dass das Einkaufserlebnis mit jedem vom Kunden gewählten Medium (Desktop, Smartphone, Tablet oder Ausstellungsfläche) starten und enden kann.

Und die Unternehmen müssen dafür sorgen, dass sie überall dort präsent sind, wo der Endkunde es ist. SHD hat diese Entwicklung erkannt und bietet mit den Produkten „KPS protect“, „KPS web“ und einem umfassenden Dienstleistungspaket die Antworten auf das sich ändernde Kaufverhalten in einem Omnichannel-Umfeld.

Pohl: Wir haben es geschafft, mit unseren Online-Tools die Antworten zu geben und freuen uns über die sehr gute Resonanz. Deutlichen Wert legen wir darauf, unsere Applikationen so zu positionieren, dass eine Leadgewinnung zu einer Kontaktaufnahme zum Kunden führt.

Wir möchten den stationären Handel stärken und somit seine Reichweite vergrößern. Für die Händler ist es zudem in dieser schwierigen Zeit besonders erfolgsversprechend, auch online präsent zu sein. Mit Hilfe unserer digitalen Kommunikationslösungen und Serviceangebote kann der Händler seine Kommunikationskanäle erweitern, um damit seinen Verkauf auch digital aufrechtzuerhalten. Diese Kollaboration zwischen Endkunde und Verkäufer steht dabei im Fokus und bietet dem Verkäufer somit eine lückenlose Werkzeugalette zur optimalen Beratung, egal ob stationär oder online.

„Wir möchten den stationären Handel stärken und somit seine Reichweite vergrößern.“

Mit unseren Lösungen versetzen wir den Küchenhandel in die Lage, alle Kanäle zu bedienen und das Potenzial in allen Bereichen optimal zu nutzen.

MM: Worin liegen die Vorteile?

Pohl: Ein großer Vorteil ist ganz klar, dass unsere Kunden alle Tools, die sie benötigen, aus einer Hand erhalten, um die Online-Welt ohne Mehraufwand und technische Hürden in die routinierten Prozesse des stationären Handels zu integrieren. So verzichten sie auf Inselösungen: Bei uns bekommen sie eine Systemwelt aus einem Guss. Denn die IT-Lösungen der SHD sind bestens miteinander vernetzt und optimieren den Workflow – ressourcenschonend und gewinnorientiert.

MM: Im Hinblick auf die Corona-Krise

scheint auch „KPS web“ für Händler interessant. Warum?

Linker: Der stationäre Handel sieht sich auch ohne die aktuelle Situation wachsenden Herausforderungen der Digitalisierung gegenüber. Seine Kunden sind zunehmend digital vernetzt, kennen ihre Bedürfnisse genau und sind bestens informiert. Dieser Trend wird sich vor allem deshalb als Norm etablieren, weil die „Millenials“ absehbar die Hauptkundengruppe mit einer großen Kaufkraft bilden werden.

Handelsunternehmen müssen einfach überall dort präsent sein, wo der Endkunde es ist. Diesem Ansatz folgt unser Produkt KPS web und ist damit die Antwort auf das veränderte Kaufverhalten der Endkonsumenten. Die Corona-Krise wirkt dabei als Verstärker für diesen Trend und es zeigt sich der enorme Bedarf an digitalen Angeboten.

„KPS web‘ ist die Antwort auf das veränderte Kaufverhalten der Endkonsumenten.“

Pohl: Die zunehmende Erwartungshaltung der Endkunden ist es, ein ganzheitliches Informations- und Beratungskonzept bei seinem Händler des Vertrauens vorzufinden. Hierbei trennt der Endkunde nicht zwischen stationären oder online-Prozessen. Ein schneller, dynamischer Austausch von Informationen wird für eine zielführende Kommunikation benötigt. Dies unterstützen wir auf eine sehr smarte Art und Weise, sowohl für Endkunden als auch für den Handel.

Herr Pohl, Herr Linker, herzlichen Dank für dieses Gespräch.
Sebastian Lehmann



Die Vorteile des auf allen Geräten nutzbaren Online-Planungstool „KPS web“

- Einfache Nutzung für den Endkonsumenten – auf allen Geräten ohne zusätzliche Installation und lästige Plugins
- Effektive Gewinnung von qualifizierten Leads noch vor dem ersten persönlichen Kontakt
- Onlineplanungen stehen direkt im Profiplanungstool „KPS designstudio“ zur Verfügung und können weiterverarbeitet werden
- Customized für den professionellen Onlineauftritt – Onlineplaner im eigenen Corporate Design