



TAILORIT veröffentlicht Studie 'Shopping Experience - Consumer Retailer Insights'

TAILORIT veröffentlicht Studie "Shopping Experience - Consumer Retailer Insights" Neben dem Beratungsgeschäft initiiert TAILORIT in regelmäßigen Abständen Studien und praxisorientierte White Paper zu den relevanten Themen des Bekleidungshandels. Insbesondere die Studie "Trends Innovations in Fashion Retail 2013" fand großen Anklang in der Branche. In diesem Jahr hat TAILORIT mit der Studie "Shopping Experience - Consumer Retailer Insights" das zentrale strategische Thema "Shopping Experience" aufgegriffen und einen Blick auf aktuelle Marktentwicklungen geworfen. Die 360 Grad Betrachtung des Fashion-Marktes hat sich unter anderem folgenden Fragestellungen angenommen: Was sind die Erwartungen des Kunden? Wo entwickeln sich Trends Innovationen am Markt? Was plant der Bekleidungshandel in den nächsten zwei Jahren? Top-Entscheider von über 70 internationalen Fashion Retailern haben für dieses Branchen-Barometer ihre Einschätzung und Meinung abgegeben. Folgend einige wesentliche Erkenntnisse, die TAILORIT aus der Studie ziehen konnte: DER KUNDE: Das Smartphone ist zum ständigen Einkaufsbegleiter geworden, der intuitiv und selbstverständlich zum Fotografieren, für Preisvergleiche oder Onlineeinkäufe genutzt wird. Die besten Treiber, um Kunden in den Store zu ziehen, sind die Schaufenstergestaltung, Rabattaktionen sowie TV-Werbung. DER RETAILER: Analog zu den Ergebnissen aus 2013 sind Shopping Experience, Operational Excellence und Omni-Channel Retailing die strategischen Topthemen - die Relevanz variiert je nach Preissegment. OMNI-CHANNEL SHOPPING EXPERIENCE: Für 96% aller befragten Retailer hat der stete Ausbau der Onlineshop-Funktionalitäten erste Priorität, gefolgt von Responsive Design und internationaler Online-Expansion. INSTORE SHOPPING EXPERIENCE: Topziele der Händler sind Frequenzsteigerung, erhöhte Kaufabschlussquoten und Steigerung der Kundenbindung. OPERATIONAL EXCELLENCE: Am meisten investiert wird in Produktentwicklung/Beschaffung, Merchandise Financial Assortment Planning sowie Supply Chain Logistics. 40% der Retailer beschäftigen sich mit Wirtschaftlichkeitsrechnungen und Machbarkeitsstudien für RFID-basierte Filialprozesse. Über TAILORIT: TAILORIT ist der Consulting-Spezialist für die besonderen Anforderungen der Bekleidungsbranche und berät Produktions- und Handelsunternehmen - unabhängig, effizient und umsetzungsorientiert. Von der Produktion und Beschaffung über die Logistik bis hin zum PoS betrachtet und optimiert TAILORIT alle Strukturen, Prozesse und Tools. Das Ergebnis sind zeitnah umsetzbare Wertschöpfungsstrategien auf Basis aktueller und branchenweit bewährter Best-Practices, mit denen sich die zwei zentralen strategischen Kernziele der Branche realisieren lassen: Operational Excellence und Shopping Experience. TAILORIT GmbH Mirja Schmitz Plange Mühle 2 40221 Düsseldorf Tel.: +49 (0) 211 233 950-89 mirja.schmitz@tailorit.de www.tailorit.de 

Pressekontakt

TAILORIT GmbH

40221 Düsseldorf

Firmenkontakt

TAILORIT GmbH

40221 Düsseldorf

Als Beratungsunternehmen für den Bekleidungshandel konzentriert sich die TAILORIT GmbH auf Themen rund um die Logistikkette sowie die Prozessoptimierung von Fläche und Filiale. Die strategische Ausrichtung von Unternehmen und die Umsetzung von vertikalen Prozessen stellen, neben der Businessorientierung von IT- und Technologien wie RFID, einen weiteren Schwerpunkt dar. Strategisch denkend und pragmatisch handelnd, ist TAILORIT in der Lage, Abläufe effizienter zu gestalten und zielgerichtet zu optimieren. Alle Berater kommen aus Führungspositionen im Handel, mit langjähriger praktischer Erfahrung in Bereichen wie Vertrieb, Logistik, IT und Filialprozesse. Von der Strategie und Konzeption über die Lösungsentwicklung bis hin zur Umsetzung achtet TAILORIT auf die entscheidenden Details und bewahrt stets den nötigen Weitblick. Zu den Kunden zählen u.a. C&A, ESPRIT, H&M, Adler, s.Oliver, Breuninger, Hugo Boss und die KATAG AG. Der TAILORIT Leitsatz ist Anspruch und Leistungsversprechen zugleich: TAILORIT. More Value for Retailers.