

Getnow und minubo: Datengetrieben zur E-Food-Revolution

08.02.2019, 08:46 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *minubo*



getnow_minubo

“Dieser Online-Supermarkt will Amazon Fresh angreifen” – so betitelt das Gründerszene Online Magazin den Markteintritt von Getnow. Ein junges und innovatives Unternehmen, dass in einem hart umkämpften E-Food Markt in Deutschland nicht nur Fuß fassen möchte, sondern die Branche revolutionieren will. Seit Anfang 2019 gehört neben Städten wie Berlin, München und Düsseldorf auch Frankfurt zu den Standorten des Unternehmens.

Mit seinem innovativen Businessmodell stellt Getnow – bisher als einziger reiner Online-Supermarkt in Deutschland – seine Weichen für die deutsche E-Food-Revolution. Mit der strategischen Partnerschaft mit der METRO Group und dem Partner DHL, agiert das junge Unternehmen erfolgreich im eFood-Business ohne auf ein eigenes Lager oder eine eigene Kurierflotte zurückgreifen zu müssen. Denn Getnow greift auf das umfassende Sortiment der METRO und das langjährige Liefer-Know-How von DHL und kann damit, sowohl eine große Produktauswahl, als auch eine flexible und vor allen Dingen pünktliche Lieferung offerieren.

Nun kommt es darauf an, diese intelligente Strategie auch operativ exzellent umzusetzen. Getnow hat sich bewusst für den datengetriebenen Weg entschieden und setzt dabei auf eine Partnerschaft mit minubo und auf unsere Lösung, die Commerce Intelligence Suite.

Dreh- und Angelpunkt dafür ist ein datengetriebener Ansatz, der es ermöglicht, Potentiale direkt zu identifizieren, eventuelle Fehlentwicklungen schnellstmöglich zu erkennen und sofort gegenzusteuern sowie alle Prozesse zielgerichtet und effizient auszurichten. Dazu kommt, dass der deutsche Lebensmittelmarkt mit sehr engen Margen arbeitet – um hier profitabel arbeiten zu können, müssen diese bestmöglich genutzt werden.

Um diese Herausforderungen zu bewältigen und schon von Anfang an auf dem E-Food Markt erfolgreich zu sein, zählt vor allem eins: Die Nutzbarmachung wertvollen Datenmaterials – konkret: eine datengetriebene Arbeitskultur sowohl auf strategischer als auch auf operativer Ebene. Die Tatsache, dass heute fast alle relevanten Informationen digital erfasst werden (seien es Transaktionen, Touchpoints, On-Site-Bewegungen oder Kundenprofile), eröffnet jedem Händler die Chance, dieses Wissen strukturiert zu nutzen, um darauf basierend in jeder Fragestellung die bestmögliche Entscheidung zu treffen.

Dabei wird minubo Getnow unterstützen – Ein Überblick:

Kunden – Neukundenakquise ist teuer, egal um welches Marktsegment es sich handelt. Doch im E-Food Markt ist das Bestandskundenpotential neugewonnener Kunden besonders hoch – wer regelmäßig Lebensmittel online bestellt, legt sich schneller auf einen Dienstleister fest, als vermutlich bei der Wahl eines Fashion-Online-Stores. Dieses Potential gewonnener Kunden muss deshalb schnellstmöglich ermittelt und dann gezielt, je nach Segment, optimal ausgebaut werden. Mit minubo ist das Unternehmen in der Lage, den Kundenwert zunächst zu verstehen und darauf aufbauend Kundensegmente zu bilden, um eine gezielte Ansprache zu ermöglichen. Auf diese Weise hat das Unternehmen die Chance, den Kundenwert maximal abzuschöpfen.

Sortiment – Die Produktauswahl im Shop muss so umfassend wie nötig und so schlank wie möglich gehalten werden, um den Kunden ein optimales und höchst relevantes Einkaufserlebnis zu bieten. Der Schlüssel dazu liegt im datengetriebenen Sortimentsmanagement. Mit minubo kann das Unternehmen Fragen wie “Was will der Kunden?”, “Was bringt die besten Margen?” und “Was muss abverkauft werden?” schnell und einfach beantworten.

Neben den Hauptthemen “Kunden” und “Sortiment” soll aber auch die Realisierung eines personalisierten Shopping-Erlebnisses für die Kunden im Fokus der Zusammenarbeit stehen. Ziel hierbei ist es, Kunden schon auf der Landing Page ein personalisiertes Sortiment zu präsentieren und ihnen damit genau die richtigen Produkte auf den ersten Blick zu bieten. Aber auch das Thema Logistik spielt für Getnow eine große Rolle und soll mit der Unterstützung von minubo perfektioniert werden. Entscheidender Faktor ist die Lieferperformance und -qualität datengetrieben zu optimieren.

Portrait

minubo is an Commerce Analytics Cloud that helps commerce organizations achieve their growth targets by establishing a data-driven work culture and enabling better, data-driven decision-making.

News-ID: 1036964 • Views: 567 (Stand: 07.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1036964/Getnow-und-minubo-Datengetrieben-zur-E-Food-Revolution.html>