

Händler setzen auf Multichannel-Marketing

10.01.2013, 16:38 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Interactive One GmbH*



Nach einer positiven Bilanz im Weihnachtsgeschäft 2012 und zum Jahresanfang wird dem E-Commerce auch weiterhin eine erfolgreiche Entwicklung prognostiziert. Branchen-Experten sind sich dabei einig, dass im Jahr 2013 Multichannel-Marketing noch stärker als bisher eine dominante Rolle spielen wird.

Der Vertrieb von Produkten oder Dienstleistungen allein über einen Online-Shop reicht trotz stetig wachsender Umsatzgewinne im Internethandel nicht mehr aus, um sich langfristig erfolgreich am Markt zu platzieren. Studien zeigen, dass Kunden nicht nur saisonal, wie z.B. an Weihnachten, verstärkt online einkaufen, sondern regelmäßig über das gesamte Jahr hinweg. Konsumenten wünschen sich Service und Beratung beim Shopping – sowohl im Netz als auch in Geschäften vor Ort. Gleichzeitig werden Kunden durch M-Commerce und Social Networks flexibler, die Präsenz eines Anbieters ist wichtig für die Kaufentscheidung.

Daher verschmelzen Online- und Offline-Angebote zunehmend. Eine Umfrage des Handelsverbands Deutschland (HDE) hat ergeben, dass stationäre Einzelhändler verstärkt Online-Shops aufbauen. 13 Prozent dieser Händler konnten im Weihnachtsgeschäft bereits über 10% ihres Umsatzes online erzielen. Umgekehrt ist zu beobachten, dass Online-Shop-Betreiber immer wieder Ladengeschäfte eröffnen.

Auch innerhalb des E-Commerce setzen Unternehmen auf die Erweiterung ihrer Vertriebskanäle. Soziale Netzwerke dienen nicht nur zur reinen Unternehmenspräsentation, sondern zur direkten Kommunikation mit den Kunden, von Fragen zum jeweiligen Produkt über die Beratung bis hin zu Versandinformationen. Besonders mobile devices sind für die Vernetzung unterschiedlicher Absatzwege unentbehrlich. Der Bundesverband des Deutschen Versandhandels (bvH) spricht in diesem Zusammenhang von „universellen Schnittstellen“. So ermöglicht beispielsweise das Scannen von QR-Codes die direkte Verbindung von offline zu online.

Der Ausbau und die Weiterentwicklung von Multichannel-Strategien bieten noch jede Menge Wachstumspotential für den Handel und stellen eine zentrale Herausforderung für die Zukunft dar.

Portrait

Mit mehr als zehn Jahren Markterfahrung konzipiert, plant und versendet die Interactive One GmbH treffsichere Email-Kampagnen im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) und in vielen weiteren Ländern Europas (Niederlande, Frankreich, Spanien, Schweden, Italien, Großbritannien). Eine große Reichweite im B2B- sowie im B2C-Kundensegment gewährleistet erfolgreiche Kampagnen mit maximaler Response.

News-ID: 690452 • Views: 216 (Stand: 18.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/690452/Haendler-setzen-auf-Multichannel-Marketing.html>