



# IoT Retail: Voice

Besonders eine Art von IoT-Touchpoint hat in den letzten Jahren immer größeres Interesse bei den Verbrauchern geweckt: Voice-Devices. Studien zufolge könnten Sprachassistenten, dank der raschen Kundenakzeptanz, zum nächsten großen Ding im Einzelhandel werden und diesen nachhaltig verändern. Allein in den USA wird mit Ausgaben in Höhe von 40 Milliarden US-Dollar bis 2022 gerechnet. Damit wären Voice-Devices, nach Web und Mobil, der drittgrößte Kanal im Online-Einzelhandel.

Ein Voice-Assistent kann einen reibungslosen Kaufvorgang ermöglichen und das gesamte Kundenerlebnis deutlich verbessern. Begrenzte Öffnungszeiten oder Warteschlangen im stationären Einzelhandel fallen weg, aber auch die Navigation und die Seiten-Performance gängiger Online Shops spielen damit eine weit geringere Rolle. Während bisher die Customer Journey mit einem Start- und Endpunkt festgelegt wurde, ermöglicht die Voice-Technologie dem Kunden nun einen enormen Vorteil. Sie erlaubt es ihm, überall einzusteigen und wirklich nur die Schritte zu unternehmen, die in der jeweiligen Situation tatsächlich auch relevant sind. Richtig angewendet kann Voice somit eine optimale Ergänzung des bestehenden Serviceangebotes sein und einen starken Kundenbindungseffekt haben.

## So funktioniert es

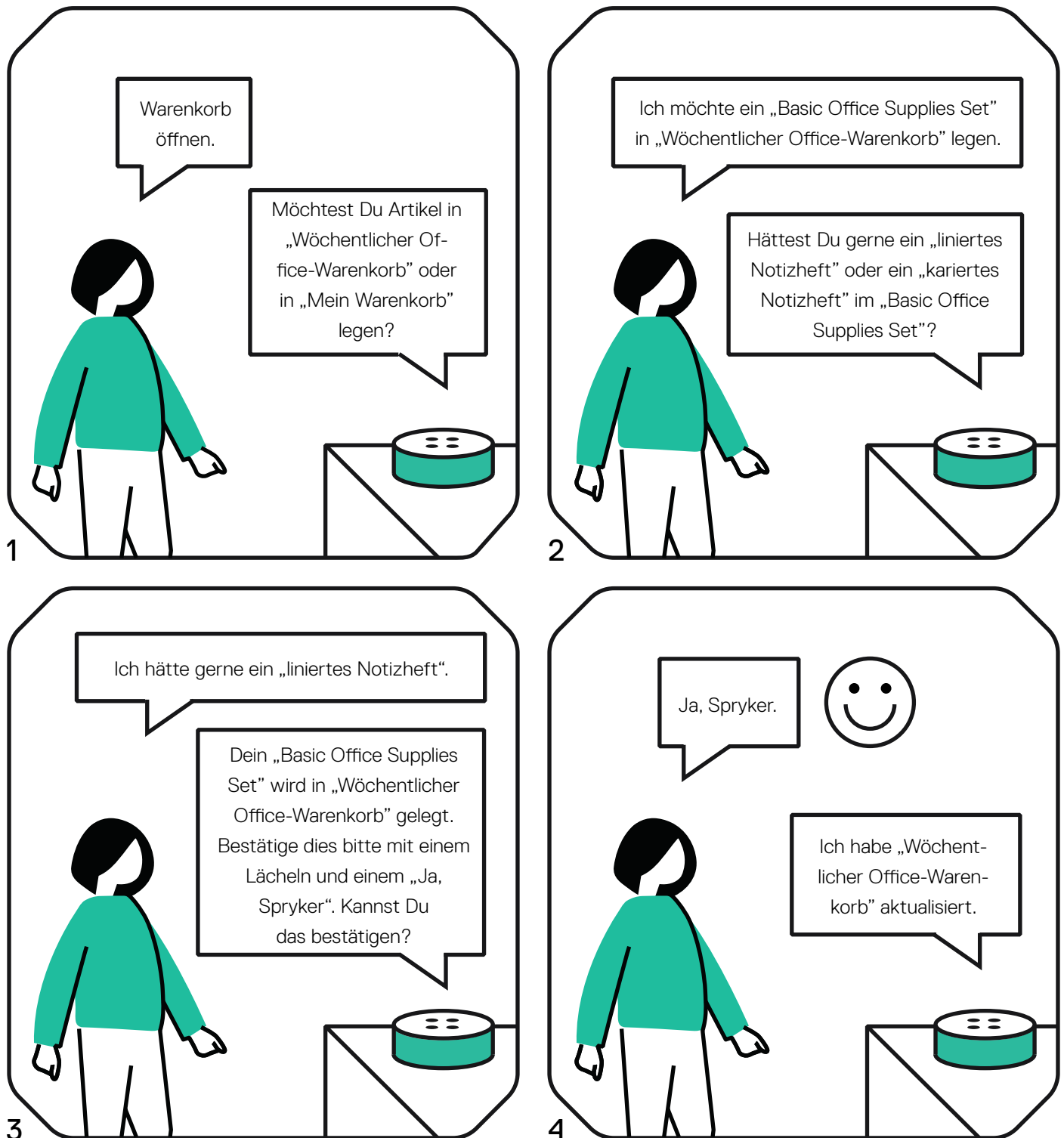
Den größten Komfort bei Voice-Geräten liefert die freihändige Bedienung. Sobald ein Gerät einmal mit dem Benutzerkonto eines Web Shops verknüpft ist, kann es mit einem vorher festgelegten Satz ganz einfach über die Stimme aktiviert werden. Kunden, die bereits eine genauere Vorstellung davon haben, was sie suchen, können durch direkte Befehle langwierige und unnötige Zwischenschritte vermeiden. Die Anwendungsmöglichkeiten der Voice-Nutzung sind vielfältig, da es eine Vielzahl zusätzlicher Dienste sowie Erweiterungen anbietet und integriert, die sowohl die Kundenbindung als auch die Verkäufe direkt fördern.

## Die Spryker-Demo

In der Spryker-Demo ist das Voice-Gerät über die Spryker Glue-API mit dem E-Commerce-System verbunden. Um die bequeme und einfache Bedienung von vCommerce zu veranschaulichen, zeigt die Voice-Demo einen HR-Manager, der Büromaterial in einem Produktset bestellt. Der HR-Manager kann den Voice Assistenten mit einem einfachen Sprachbefehl aktivieren und einen Warenkorb öffnen – ohne dabei

die Hände zu benutzen. Das Gerät fragt anschließend, ob die anstehende Bestellung in einen normalen Warenkorb oder in den „Wöchentlichen Office-Warenkorb“ gelegt werden soll, der von allen Mitarbeitern, die Zugang haben, gemeinsam genutzt wird. Der Sprachassistent nimmt die Bestellung so präzise auf, dass er sogar nach spezifischen Varianten wie einem liniertem oder kariertem Notizheft fragen kann. Mit der Bestätigung des Warenkorbs wird der Bestellvorgang abgeschlossen. Um die Kontrolle über die einzelnen Einkäufe zu behalten, können alle Voice-Bestellungen manuell im Webshop überprüft werden.

## Unterhaltung mit Deinem Voice-Assistenten:



# Neue Möglichkeiten, wenn Spryker mit Voice verbunden wird



## Informationszugang verbessern

Voice-Assistenten erhöhen den Komfort für Kunden enorm. So wird beispielsweise lästiges Einloggen in den eigenen Account zum Nachschlagen von Informationen einfach übersprungen. Stattdessen können Kunden fragen: „Wie ist der aktuelle Status meiner Bestellung?“ oder „Wann kommt meine Bestellung an?“. Darüber hinaus können wichtige Schritte schnell und spontan durchgeführt werden, wenn diese gerade in den Sinn kommen, wie beispielsweise „Mein Abonnement pausieren“, wenn Urlaub ansteht.



## Neue Verkaufssituationen entdecken

Unterschätzen sie niemals verpasste Verkaufsmöglichkeiten, weil der Kunde keinen Zugang zu Produkten oder Dienstleistungen hatte, als es nötig war. Lange Autofahrten bergen zum Beispiel eine Vielzahl solcher potenzieller Verkaufsszenarien. Wenn ein Kunde unterwegs ist und einen Kauf tätigen muss, ist ein freihändiger Zugang essenziell. Bestellungen von Lebensmitteln, Getränken oder anderen Arten von Einkäufen auf der Heimfahrt von einer Reise wäre ein solches Szenario. Die reibungslose Buchung eines Tickets über den Voice-Assistenten, während man bereits im Auto sitzt, wäre ein weiteres.



## Ihr Geschäftsmodell optimieren

Bieten Sie Produkte oder Dienstleistungen an, die durch einen Voice-Assistenten erweitert und vereinfacht werden können? Bei komplexen Produkten wie Versicherungspolizen oder bei Schadenersatzforderungen können Sie Ihren Kunden per Sprache durch den Prozess führen. Dieser alternative Vertriebskanal reduziert deutlich die Komplexität.



## In-Store-Engagement vorantreiben

Voice kann ein ganz entscheidender Teil des Omni-Channel-Erlebnisses sein und das In-Store-Engagement erhöhen. Produktinformationen, Angebote oder Ladengestaltung können über Voice-Assistenten abgerufen werden und dem Kunden vor Ort Kaufanreize liefern. Darüber hinaus kann das Einzelhandelserlebnis mit dem Online-Shop verknüpft werden, indem Bestellungen via Voice online aufgegeben werden.



## Kundenbindung verstärken

Kommunikation über gesprochene Sprache und Stimme fühlt sich natürlich an. Unterhaltungen können für Unternehmen ein unglaublich wertvolles Werkzeug darstellen, um die Kundenbeziehung zu festigen. Voice-Assistenten können als wertvolle Ressource fungieren, um beispielsweise eine vertrauenswürdige Beratung zur Entfernung von Flecken zu geben, Hilfestellung bei Rezepten anzubieten und Ihr Produkt allgemein zu bewerben. Zusätzliche Dienstleistungen, die Probleme lösen, werden vom Kunden geschätzt und sorgen dafür, dass sie zurückkehren.

