

AUTOMAGICAL COMMERCE

Connected Shopper sind hin- und hergerissen. Zum einen soll der physische Einkauf so schnell und bequem sein wie im Internet. Andererseits erwarten sie eine einzigartige Shopper Experience. Die nächste Generation der Automatisierung kombiniert die Effizienz automatisierter Prozesse mit „magischen“ Erlebnissen.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Angesichts eines urbanen Lebens voller Hektik und Stress, haben die Menschen Wichtigeres zu tun als einzukaufen. Sie werden bestimmte Einzelhandelserfahrungen zunehmend an intelligente Technologien auslagern.
- Shopper sind digitalen Technologien gegenüber aufgeschlossen, vor allem wenn sie den Einkauf von der Entscheidungsfindung bis zur Kaufabwicklung vereinfachen und beschleunigen ([ECC Köln, 2019](#)).
- Vor allem Millennials sind bereit, neue Technologien als Teil des Markenerlebnisses zu nutzen. Iris- und Fingerabdruck-Scanning erreichen mehr als 60 % Zustimmung ([Reply, 2019](#)).

WARUM ER RELEVANT IST

- E-Commerce-Giganten wie Amazon Go und Alibaba haben dazu beigetragen, „automated commerce“ ins Bewusstsein der Shopper zu rücken.
- Vollständig automatisierte Kaufprozesse empfinden Menschen jedoch als unangenehm. Automatisierung muss dem Wunsch der Shopper nach Individualität und Einzigartigkeit gerecht werden ([Reply, 2019](#)).
- Die Shopper werden sich Marken zuwenden, die die Effizienz von automatisierten Prozessen mit personalisierten Erlebnissen verbinden, die außergewöhnlich, einzigartig und „magisch“ sind.