



MVP Guide

Der leichte Einstieg in den Omnichannel Handel

WHITEPAPER

Der leichte Einstieg in den Omnichannel Handel

Der MVP Ansatz für die Shopgate Omnichannel Suite wurde von uns speziell für Hersteller*innen, Händler*innen und Marken des stationären Einzelhandels entwickelt, die schnell und ohne große Projektlaufzeiten live gehen wollen. Für eine deutlich kürzere Time-To-Market Zeit und mehr Spielraum, um Funktionen zunächst testen zu können.

Die ready-to-use Omnichannel Suite der Shopgate GmbH ist ein inhabergeführtes SaaS-Dienstleister aus Butzbach. Seit 2009 betreuen wir über 500 Händler*innen in Europa und den USA.



Wir digitalisieren, automatisieren und steuern mit unseren Lösungen Ihre Fulfillmentprozesse und ermöglichen ein transparentes Inventorymanagement für Ihren Onlineshop und/oder stationäre Filialen.



Dadurch erhalten Sie effiziente und intelligente Funktionen, welche für einen kanalübergreifenden Omnichannel-Handel und modernen Kundenservice im Einzelhandel notwendig sind.



Shopgate ist unsere Antwort auf den immer schneller und komplexer werdenden Wandel im stationären Einzelhandel: Wir helfen lokalen Geschäften online sichtbar zu werden, digitale und stationäre Präsenz zu vereinen und somit mehr Besucher*innen in die Filialen zu bringen.



Was ist ein MVP Ansatz?

Ein Minimum Viable Product (auf Deutsch: "ein minimal nutzbares Produkt") ist eine vorläufige, aber voll einsatzfähige Version eines Produktes. In der Regel wird es als Einstiegsvariante in einen Themenkomplex oder Markt verwendet, in dem man noch Erfahrung sammeln muss. Man sammelt Feedback und testet die Akzeptanz oder Nutzung des Produktes.



Der Fokus liegt auf einer schnellen, vielfach verkürzten Markteintrittszeit. Außerdem darauf, Funktionen fortlaufend zu erweitern oder agile Anpassungen nach jeweiligen Marktbedürfnissen oder Feedback vorzunehmen. Vor allem bei digitalen Produkten wie mobilen Apps oder Online-Shops wird diese Art der Produktentwicklung gerne gewählt. So erhält man direktes Nutzerfeedback und kann dies in die weitere Entwicklung mit einfließen lassen.

Ziele eines MVP

Der MVP Ansatz für die Shopgate Omnichannel Suite wurde von uns speziell für Hersteller*innen, Händler*innen und Marken des stationären Einzelhandels entwickelt, die schnell und ohne große Projektlaufzeiten live gehen wollen. Für eine deutlich kürzere Time-To-Market Zeit und mehr Spielraum, um Funktionen zunächst testen zu können.

Auf der einen Seite soll das Produkt einfach gehalten sein. So können sowohl Entwicklungs- als auch Implementierungsprozesse schnell und unkompliziert umgesetzt werden. Eine MVP Version ist jedoch ein vollwertiges, robustes und einsatzbereites Produkt. Erklärt am Bau eines fahrbaren Untersatzes würde die Entwicklung des Produktes wie folgt aussehen.

Auf der anderen Seite muss das Produkt trotz aller Simplizität so schlau und ausgereift sein, dass es auch nachhaltig einsetzbar ist. Zudem muss es gut genug sein, dass es tatsächliche Mehrwerte für Nutzer*innen (sowohl Händler*innen als auch Kunden*innen) generiert.

Der Ansatz als solcher bedeutet also nicht, dass Sie ein unfertiges oder nicht leistungsfähiges Produkt bekommen. Lediglich die technische Integration ist zu Beginn mit ein paar manuellen Schritten mehr verbunden, bevor Sie zum Beispiel in eine automatisierte Vollintegration übergehen können. Dieser Umstand verschafft Ihnen jedoch den Vorteil, dass vorhandene Systeme zunächst nicht angefasst werden müssen und ein Prozess erst einmal getestet werden kann, bevor Sie ihn langfristig implementieren. Ein MVP hilft damit den Händler*innen, die vor allem seit März 2020 auf immer neue Marktsituationen reagieren müssen und einen leichten Einstieg in den Omnichannel Handel suchen. Hersteller*innen, Händler*innen und Marken können so das Produkt in seiner Leistungsfähigkeit vollumfänglich testen und bei Kunden*innen und Mitarbeiter*innen platzieren, bevor unumkehrbare Integrationsprozesse angestoßen werden.

Minimum

Viable



%

Warum Sie mit einem MVP-Ansatz starten sollten

Händler*innen müssen flexibel und agil auf Marktsituationen reagieren können und das mehr denn je. Wenn wir einmal ehrlich sind, dann war das bisher noch keine große Stärke des stationären Einzelhandels. Bedeutet natürlich, der Transformationsdruck ist nun in Zeiten der Corona-Pandemie um ein Vielfaches gestiegen. Komplexe Digital-Projekte sind wiederum langwierig, kosten- und zeit-fressend. Bevor die erste Berührung eines solchen Digital-Projektes mit realistischen Marktbedingungen erfolgt, hat sich die Lage zumeist erneut geändert. Denn Trends und Technologien entwickeln sich immer rasanter.

Die Idee des MVP Ansatzes ist daher, mit einem kleinen Werkzeugkoffer zu starten und diesen langfristig zu erweitern und auszubauen. Und das, ohne jedes Detail bis ins Letzte zu planen und zu prognostizieren. Die Devise lautet deshalb:

Einsetzen

überprüfen

justieren

optimieren

Durch das MVP sollen lange Abstimmungsprozesse und -meetings verhindert und ein schneller Markteintritt gewährleistet sein. Die digitale Projektidee wird somit in kleine, kurzfristig umsetzbare (in sich abgeschlossene) Mini-Projekte gepackt und mit einer Art Startpaket begonnen. Der Fokus auf das Wesentliche, das macht ein MVP aus.



Der Shopgate MVP Ansatz

Wir verstehen unter dem MVP Ansatz einen schnellen Einsatz unserer Shopgate Omnichannel Suite. Wie ist das konkret möglich? Nun, dafür gibt es zwei Möglichkeiten:

- 1.** Einbindung von Click & Reserve in Ihren eigenen Onlineshop via JavaScript. Das Snippet stellt einen zusätzlichen Button dar, welcher die Option "In der Filiale reservieren" anzeigt. Der Prozess dahinter, wie Filialauswahl und Reservierungsformular, wird durch das Snippet direkt bereitgestellt.
- 2.** Sie können mit der Shopgate Storefront starten, welche die Funktionen Click & Reserve und Click & Collect bereits fest implementiert hat und sofort einsatzfähig ist.

Die Implementierung des Snippets können Sie ganz einfach selbst machen und das Bereitstellen der Storefront übernehmen wir für Sie. Sie müssen an der Stelle nichts weiter tun. Das Einzige, was Sie für den Start benötigen sind:

Stationäre Filialen



einen Onlineshop oder die Storefront von Shopgate



eine CSV Datei Ihres Bestandes und Produktkatalogs



Fokus auf das Jetzt

Storefront(optional)

Für Händler*innen ohne eigenen Onlineshop gibt es die Storefront, zum Anzeigen und Bestellen der lokal verfügbaren Produkte und deren Bestände. Also ein kleines Shopsystem, welches jedoch von Funktionen und Umfang auf das Wesentliche beschränkt ist. Eine eigene URL und Styling sind möglich.



In-Store-App

Für die Mitarbeiter*innen in den Filialen gibt es eine App für Tablet oder Desktop, um effizient und prozessgestützt Bestellungen aus der Storefront (oder dem eigenen Onlineshop) zu bearbeiten. Keine manuelle Annahme von E-Mails oder Telefonaten und zeitintensive Einzelfallbearbeitungen mehr.



Händler Admin

Für eine einfache Verwaltung der Produkte, Bestände, Kundenkommunikation und weiteren Einstellungen gibt es einen browserbasierten Admin Bereich zur Steuerung der Hintergrundprozesse. Für einen flexiblen Zugriff zu jeder Zeit und über jedes Gerät.



- ✓ **Keine Abstriche**
Voll funktionsfähiges Omnichannel IT-System
- ✓ **Super schnell**
Sehr kurze Time-To-Market Zeit (möglich in <1 Arbeitswoche)
- ✓ **Völlig autark**
Kein Eingriff in bestehende Systeme notwendig
- ✓ **Sehr nachhaltig**
Dank API-First beliebig ausbau- und automatisierbar

Get in touch

Shopgate ist ein führender Anbieter von Lösungen für den Omnichannel-Handel im DACH-Bereich. Unsere SaaS-Lösung ermöglicht es Einzelhändlern mit Filialnetz, ihr On- und Offline-Geschäft nahtlos zu verschmelzen, um außergewöhnliche Einkaufserlebnisse und ein konsistentes, einheitliches Markenerlebnis zu schaffen.

Zahlreiche Händler und Marken wie Aponeo, Alpha Industries, Mizuno, SØR, Shoepassion oder Lampenwelt vertrauen auf unsere skalierbare, MACH-basierte Lösung.

Wann starten Sie Ihre Reise in den Handel von Morgen?



 www.shopgate.com
 sales@shopgate.com
 +49 6033 7470 - 0


SHOPGATE
OPEN UP YOUR RETAIL