



Mittelstand-  
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



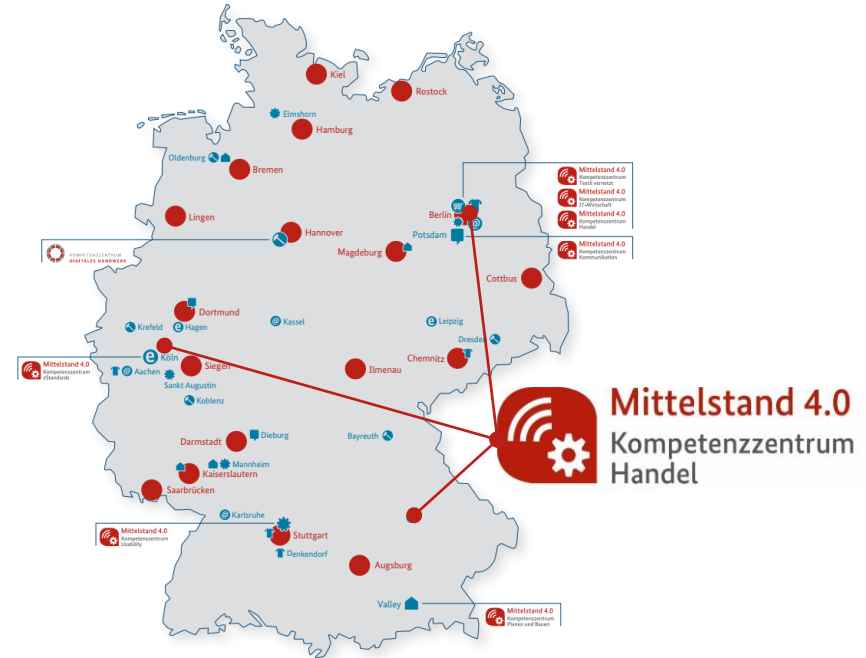
**Customer Journey neu gedacht:**  
Digitalisierung der Touchpoints für mehr Erlebnis

# Agenda

- 18:00 Vorstellung Kompetenzzentren Handel und Usability
- 18:10 Unsere Perspektive auf die Customer Journey: Wie verändert sie sich durch die Digitalisierung? Welche Touchpoints gibt es?
- 18:35 Chatbots als Digitalisierungsmaßnahme auf der Customer Journey
- 18:55 Aus der Praxis: Erfahrung mit anybill
- 19:15 Diskussionsrunde mit offenen Fragen

## Die Förderinitiative Mittelstand-Digital

- Mittelstand-Digital ist ein Angebot des BMWi und Teil der Digitalen Agenda
- Neutrale und kostenlose Information für KMU über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung
  - Auf den Mittelstand zugeschnitten
  - Vor Ort und fachkompetent
  - Authentisch und umfassend
- Mehr unter [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)



# Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

Kostenlose Unterstützung bei der Digitalisierung für kleine und mittlere Händler!

## Wer sind wir?

- Förderprojekt des **Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie**
- Startschuss: 1.7.2019
- Deutschlandweit: Netzwerk aus 26 Kompetenzzentren



**IFH KÖLN**



## Welche Themen bearbeiten wir?

### Digitalisierung im Handel



## Was bieten wir an?



**Vorträge und Großveranstaltungen zu zukunftsrelevanten Fragestellungen im Handel**



**Workshops und Online-Seminare zu Handelsthemen - deutschlandweit**



**DigitalMobil Handel:** Lösungen zum Anfassern kommen auch in die ländlichen Regionen



**Unternehmensprechstunden: individuelle Termine mit ausgewiesenen Experten**



**Best-Practice: Digitalisierungs-Geschichten aus der Welt des Handels**



**Leitfäden, Checklisten, Infoblätter**



**Podcasts** zu ausgewählten Trendthemen und Innovationen

„handelkompetent“



**Digitalisierungsprojekte** mit ausgewählten Händlern

# Kompetenzzentrum Usability



Mittelstand 4.0  
Kompetenzzentrum  
Usability

Mittelstand-  
Digital



Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Partner



Region  
**Nord**  
Mensch-KI  
Zusammenarbeit

Region  
**Mitte**

Kooperationslösungen  
für Unternehmens-  
netzwerke



Region  
**Ost**  
Digitalisierung  
agiler  
Arbeitsformen

Region  
**Süd**  
Lösungen für Innovation  
und Zukunft der Arbeit im  
Mittelstand

**Einfach nutzen,  
positiv erleben.**

# Schwerpunktthema



Mittelstand-  
Digital 

## Mensch-KI Zusammenarbeit

- IT in der Konsumwirtschaft / Verbraucherinformatik
- Intelligente Assistenzsysteme / Service Robotik



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# UUX in der Mensch-KI Zusammenarbeit



Mittelstand-  
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

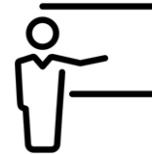
## Ziele / Mission

- **Vermittlung von Methoden und Instrumenten**, zur Befähigung der KMU, (KI-)Technologien effizient und zielführend einzusetzen
- **(KI-)Technologien erlebbar machen**, so dass KMU Methoden und Instrumente selbst kennenlernen und erproben können
- **Direkte praktische Unterstützung** bei der Einführung und Umsetzung von (KI-)Technologien
- **Reale Erprobungswelten** für die Mensch-KI Zusammenarbeit schaffen





- **Workshops** zu Methoden und Instrumenten zur nutzerzentrierten Gestaltung
- **Fachvorträge** zu Themen der nutzerzentrierten künstlichen Intelligenz
- **Pilotprojekte** zur praxisnahen Befähigung von Methoden und Instrumenten
- **Umsetzungsprojekte** zur nutzerzentrierten Entwicklung von Prototypen und Demonstratoren



# Customer Journey neu gedacht

Einkaufserlebnis durch stationäre Digitalisierung



**Mittelstand 4.0**  
Kompetenzzentrum  
Handel

21.04.2021

Mittelstand-  
Digital 

Chani S. Ehlis

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

c/o IFH Köln GmbH

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

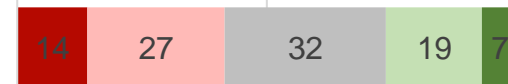
# Customer Journey und Digitalisierung – was heißt das für das Kundenerlebnis?

BEGIN.



# Ansprüche an den stationären Handel steigen

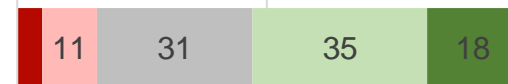
Meine Erwartungen an Geschäfte sind durch meine Onlinekäufe in der Coronakrise gestiegen



Ich habe festgestellt, dass viele Geschäfte nicht die Annehmlichkeiten von Onlinekäufen bieten und erwarte, dass Geschäfte diese Lücke schließen.



Ich erwarte, dass Käufe in Geschäften genauso einfach und unkompliziert sind wie Onlinekäufe.



- Stimme überhaupt nicht zu
- Stimme eher nicht zu
- Teils/teils
- Stimme eher zu
- Stimme voll und ganz zu

*„Wir müssen mit einem Kundenerlebnis  
beginnen und uns dann zurückarbeiten  
zur Technologie.“*

Steve Jobs, Gründer von Apple





# Digitale Technologien als Mehrwert am stationären PoS

Hohe Erwartungen  
an Verkaufspersonal



**68%** der  
Konsumenten  
erwarten  
Verkaufspersonal  
mit besserer  
Produktkenntnis.



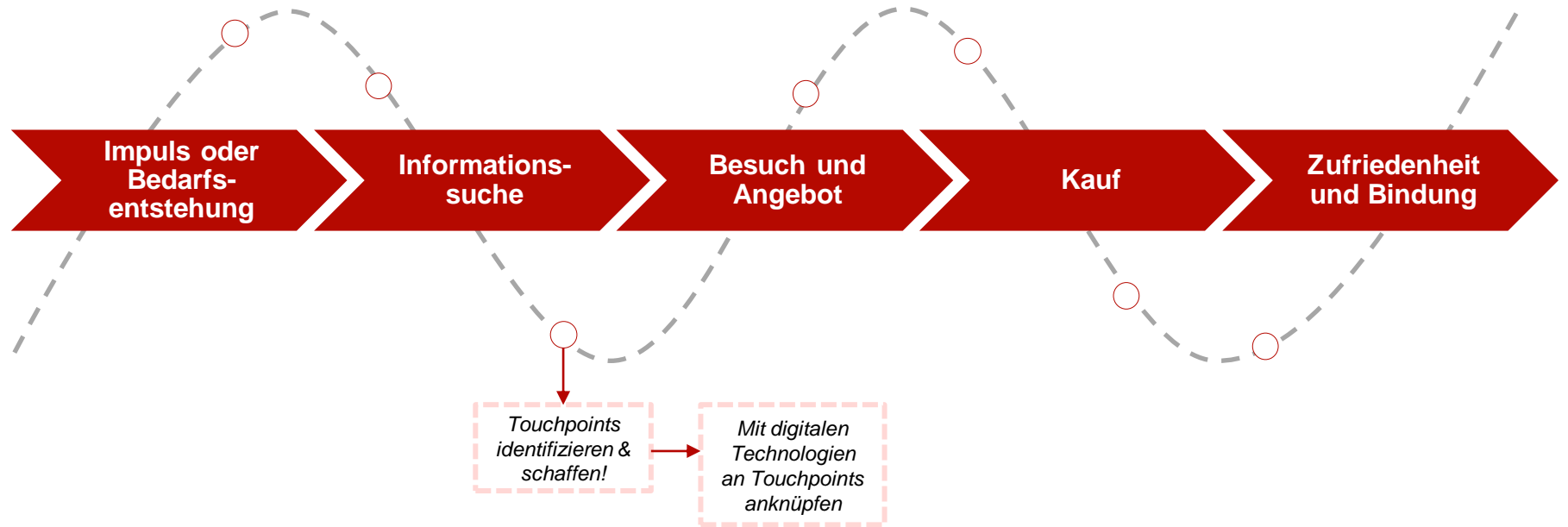
Mitarbeiter können  
den spezifischen  
Wissensvorsprung  
kaum einholen



Unterstützung der  
Mitarbeiter durch  
Technologien



# Kundenzentrierung – Digitalisierung entlang der Customer Journey



# Customer Journey und Digitalisierung - Touchpoints



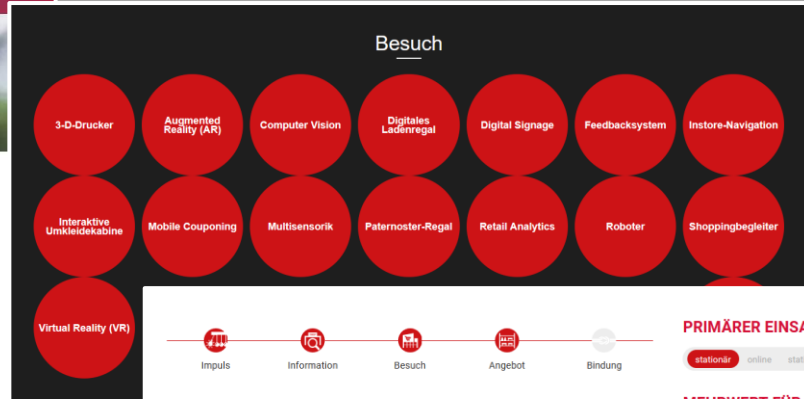
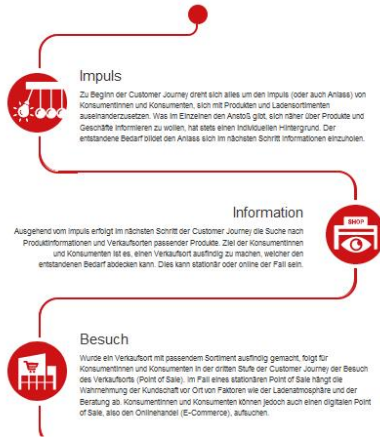
BEGIN.





Mit Hilfe des *DigitalNavi Handel* entdecken Sie, welche digitalen Technologien zu Ihren Zielsetzungen am stationären Point of Sale passen und lernen gleichzeitig die Phasen der Customer Journey kennen.

Klicken Sie auf die Phasen der Customer Journey und los geht's!



### Besuch

**PRIMÄRER EINSATZORT**  
 stationär  online  stationär & online

**MEHRWERT FÜR KUNDEN**  
 Aufwertung des Einkaufs- und Markenerlebnisses  
 Steigerung der Ladenatmosphäre  
 Informationsgewinnung

**INTERAKTION DES KUNDEN**  
 ausgeschlossen  möglich  erforderlich

**KRITERIEN FÜR HÄNDLER**

Anschaffungskosten	★★★★
Wiederkehrende Kosten	★★★☆☆
Einfachheit der Bedienung	★★★★★
Prozessoptimierung	★★★★☆
Innovationsgrad	★★★★☆
Marktreife	★★★★★
Rentabilität	★★★★☆
Kundenakzeptanz	★★★★☆

**Digital Signage**

Eine Digital-Signage-Lösung zeigt digitale Bilder, Videos, Angebote sowie Werbung und kann auch als „digitales Plakat“ bezeichnet werden. Es handelt sich um einen (oder mehrere) Bildschirm(e), welche von der Kundschaft betrachtet werden können. Digital-Signage-Lösungen dienen einerseits der Informationsbereitstellung an die Kundschaft, indem Produkte, Preise oder Angebote präsentiert werden. Außerdem kann durch Bilder und Videos, welche auf dem Bildschirm abgebildet werden, gezielt zur Ladenatmosphäre beigetragen werden. Die Verweildauer von Kundinnen und Kunden am Point of Sale kann somit gesteigert werden.

Auch Live-Schaltungen an externe Orte, welche dann auf dem Bildschirm im Laden zu sehen sind, sind denkbar. Beispielfäh ist in einem Supermarkt eine Live-Schaltung zu einem Bauernhof vorstellbar, um Konsumentinnen und Konsumenten von Eiern Einblicke in den Lebensraum von Hühnern und die Herkunft der Eier zu geben. Die Transparenz am Point of Sale kann somit gesteigert und eine höhere Preisbereitschaft erzielt werden. Digital-Signage-Lösungen sind meist nicht für die Interaktion der Kundschaft mit dem Bildschirm ausgelegt. Jedoch besteht die Möglichkeit, Interaktion der Kundschaft zu ermöglichen, indem Kundinnen und Kunden beispielsweise mit ihrem Smartphone eigene Inhalte (wie Bilder) auf den Bildschirm der Digital-Signage-Lösung transferieren.

Digital Signage trägt am Point of Sale zur Ladenatmosphäre und zum Sortimentüberblick bei (3. und 4. Phase der Customer Journey). Da digitale Plakate jedoch außerdem im Schaufensterbereich oder Außen platziert werden können, kann somit auch der Besuchsimpuls und Informationsbedarf der (potenziellen) Kundschaft gesteigert werden (1. und 2. Phase der Customer Journey).

Blloquelle: © alphasprint - stock.adobe.com

# DigitalNavi Handel



# DigitalMobil Handel



Gefördert durch:



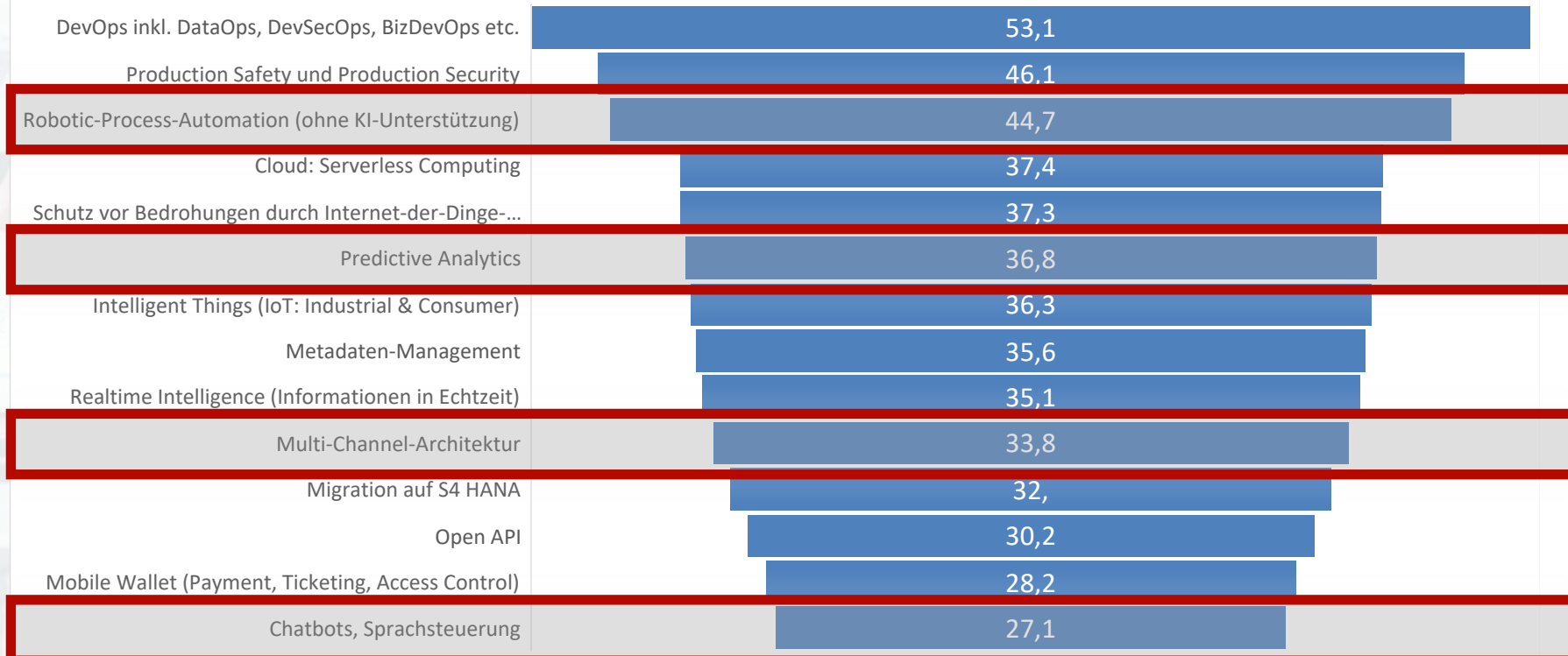
aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# Chatbots als Digitalisierungsmaßnahme auf der Customer Journey

# Welche Technologien sind im Trend?

## Anteil der UN in der DACH Region, die folgende Technologien nutzen oder derzeit implementieren (im Jahr 2020)



**Details:** Österreich; Deutschland; Schweiz; September bis Oktober 2020; 87 IT-Verantwortliche in Unternehmen

# Was sind Chatbots?

- Zusammensetzung aus „Chat“ und „Robot“
- Technisches Dialogsystem, mit dem per Texteingabe oder Sprache kommuniziert werden kann
- Soll Anfragen 24/7 automatisiert beantworten
- Soll das wahrgenommene Kundenerlebnis steigern



# Die Anfänge – Skriptbasierte Bots

- Eliza, 1966 von Joseph Weizenbaum entwickelt
- Reagiert auf vordefinierte Schlüsselwörter
- Verknüpft die Nutzereingabe mit der passenden hinterlegten Antwort
- Vorteil: Eingabe eines Schlüsselwortes reicht zur Steuerung des Bots

```
Welcome to
```

```
EEEEEE LL      IIII ZZZZZZ AAAAA  
EE      LL      II       ZZ  AA  AA  
EEEEEE LL      II       ZZ  AAAAAA  
EE      LL      II       ZZ  AA  AA  
EEEEEE LLLLLL IIII ZZZZZZ AA  AA
```

```
Eliza is a mock Rogerian psychotherapist.  
The original program was described by Joseph Weizenbaum in 1966.  
This implementation by Norbert Landsteiner 2005.
```

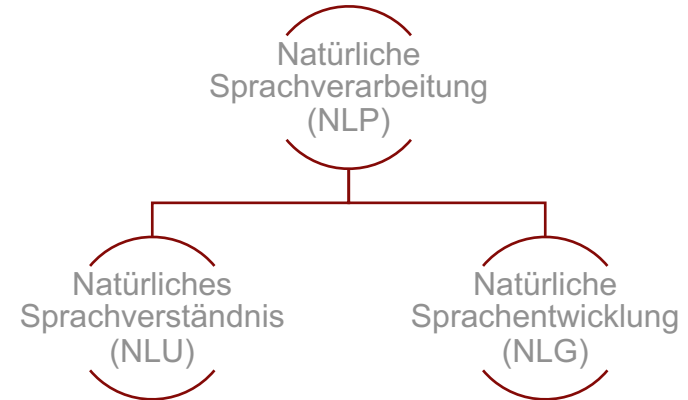
```
ELIZA: Is something troubling you ?  
YOU:   Men are all alike.  
ELIZA: What is the connection, do you suppose ?  
YOU:   They're always bugging us about something or other.  
ELIZA: Can you think of a specific example ?  
YOU:   Well, my boyfriend made me come here.  
ELIZA: Is it important to you that your boyfriend made you come here ?  
YOU:   He says I'm depressed much of the time.  
ELIZA: I am sorry to hear that you are depressed.  
YOU:   It's true, I am unhappy.  
ELIZA: Can you explain what made you unhappy ?  
YOU:
```

## Das Problem an dieser Lösung

- Der Kunde muss die Schlüsselwörter kennen und wird in einen „Trial and Error“ Prozess gezwungen
- Das Frustrationspotenzial ist hoch
- Erwartungshaltung des Kunden wird selten getroffen
- Neue Kundeninteraktionen müssen im System manuell implementiert werden

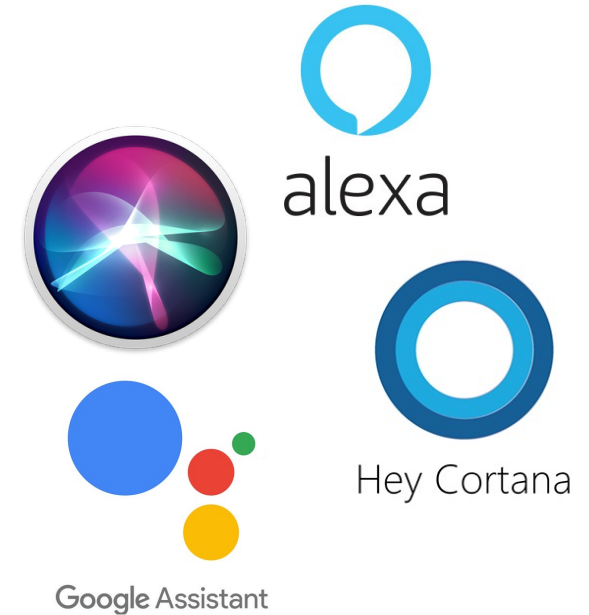


- KI-basierte Chatbots nutzen Konzepte der natürlichen Sprachverarbeitung (NLP)
  - Textbasierte Chatbots nutzen vor allem das Konzept NLU
  - Sprachbasierte Bots (Sprachassistenten) nutzen zusätzlich das Konzept NLG





- Bekannte Systeme verdienen den Zusatz „KI-basiert“, weil...
  - sie verschiedene NLP Konzepte nutzen und kombinieren
  - sie sich mit Hilfe von maschinellem Lernen selbstständig weiterentwickeln können



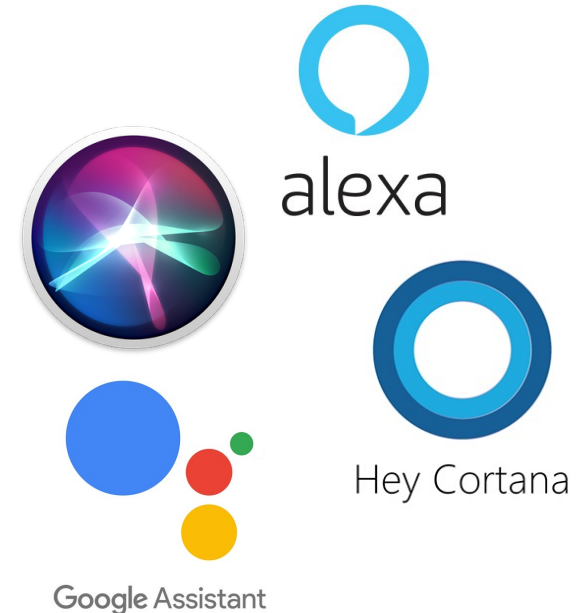
# Sind „KI-basierte“ Chatbots besser?

## Pro

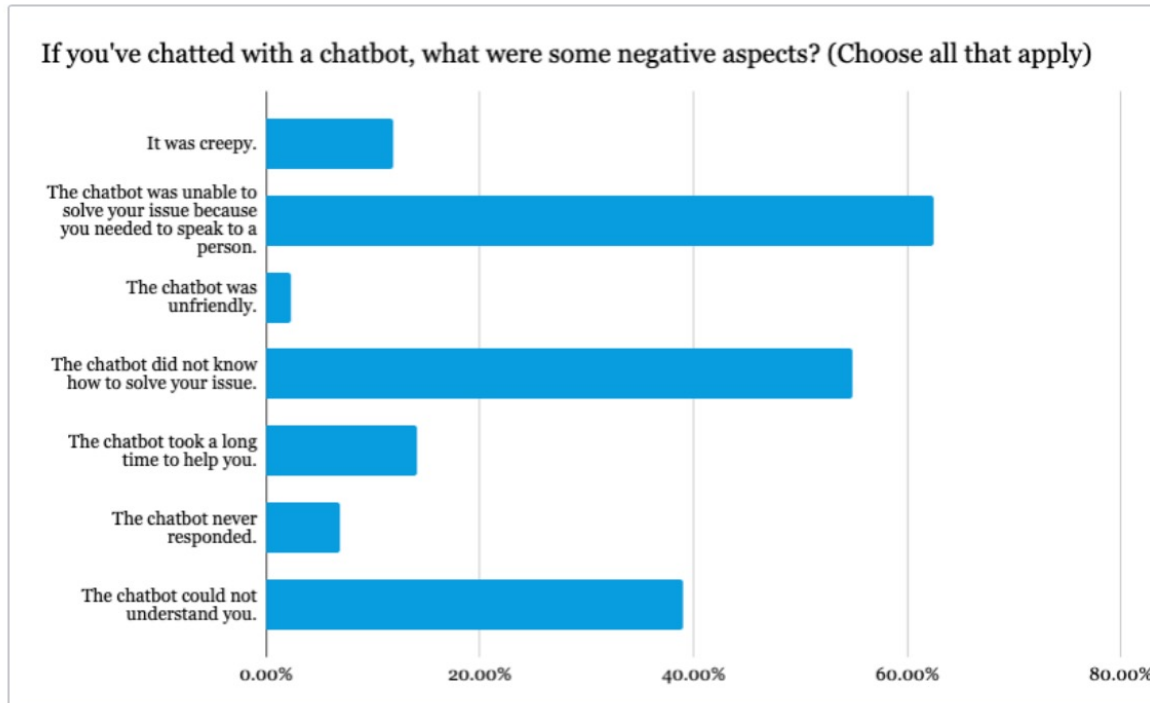
- Die Interaktion „kann“ wesentlich natürlicher und anspruchsvoller sein
- Die Systeme können sich selbstständig weiterentwickeln
  - Das spart auf Dauer kosten und verbessert die Unterstützung der Geschäftsprozesse

## Contra

- umfangreiche Trainingsdaten sind erforderlich
- Das System muss in der Regel zunächst manuell antrainiert werden
  - Das kostet Zeit und Geld



# Sind „KI-basierte“ Chatbots besser?



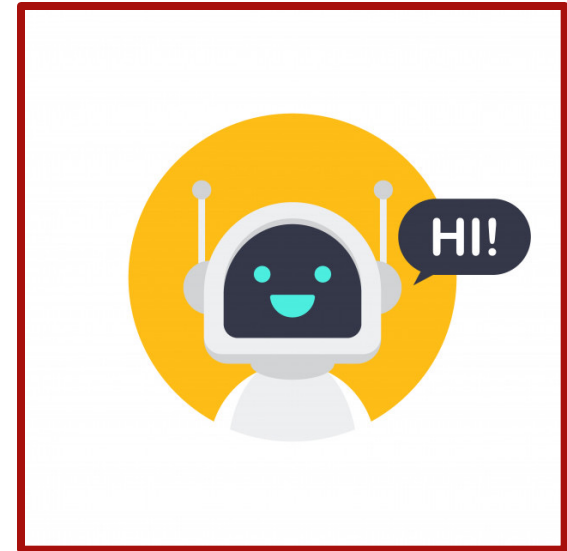
n = 333 Teilnehmer, die zuvor mit einem Chatbot kommuniziert haben

# Sind „KI-basierte“ Chatbots besser?



n = 333 Teilnehmer, die zuvor mit einem Chatbot kommuniziert haben

- Was ist das Ziel des Chatbots?
  - Soll er menschenähnlich sein?
  - Soll er ausschließlich eine Problemlösung für den Kunden bereitstellen?
  - ...
- Wie soll die Interaktion gestaltet werden?
  - Als Freitexteingabe?
  - Als hierarchiebaumähnliche Interaktion?



# Nutzerführung und Usability beachten

## Mediamarkt

Hallo ich bin Emmi - Ihr MediaMarkt Chatbot! Wählen Sie gerne ein Thema aus, bei dem ich Ihnen weiterhelfen darf.

[Alles zu COVID 19](#)

Emmi

- Informationen zu meinem MediaMarkt  
Öffnungszeiten und Marktstandort
- Produktinformationen  
Technische Daten, Preise und Verfügbarkeit

Schreiben Sie etwas...

## Amazon

Chat-Assistent | Kundenservice

Hallo! Hier ist wieder Ihr Chat-Assistent von Amazon.

Wobei kann ich Ihnen behilflich sein?

13:05

- Ein von mir bestellter Artikel
- Meine Zahlungen, Prime oder mein Konto verwalten
- Kindle-, Fire- und Alexa-Geräte
- Musik, eBooks, Prime Video usw.

Details eingeben... Senden

# Was bringt mir ein Chatbot?

- Moderne Technologie, die sich verbreitet und akzeptiert wird
- Ein weiterer Kommunikationskanal für den Kunden
- 100% Verfügbarkeit
- Ein Werkzeug zur unaufdringlichen Kundenbedürfnisanalyse
- Individualisierung der Kundenansprache anhand von Nutzerprofilen
- Die Möglichkeit zur Prozesssteuerung und –anpassung



# Kundenbedürfnisse identifizieren?

## habt ihr Social-Media-Kanäle

Nov 11    2 REQUESTS    0 NO MATCH    APPROVE

USER SAYS:

INTENT: [Default Fallback Intent](#)

USER SAYS:

INTENT: [Default Fallback Intent](#)

USER SAYS:

INTENT: [pharmacy.user.product.request](#)

CONTEXT OUT: pharmacyuserproductrequest-followup

USER SAYS:

INTENT: [pharmacy.user.product.request](#)

CONTEXT OUT: pharmacyuserproductrequest-followup

USER SAYS:

INTENT: [pharmacy.user.product.request](#)

CONTEXT OUT: pharmacyuserproductrequest-followup

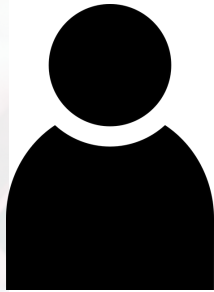
USER SAYS:

INTENT: [pharmacy.user.product.request](#)

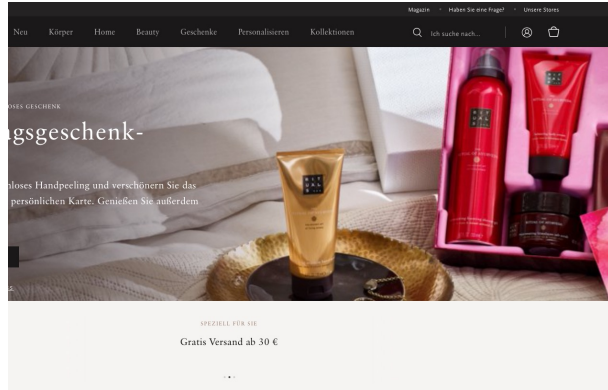
CONTEXT OUT: pharmacyuserproductrequest-followup



# Beispiel Szenario im Einzelhandel



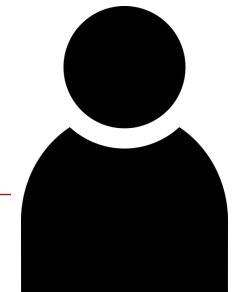
Kunde besucht  
Online Shop



Kunde kauft  
online



Digitaler  
Kassenzettel und  
Nutzerprofil wird  
angelegt

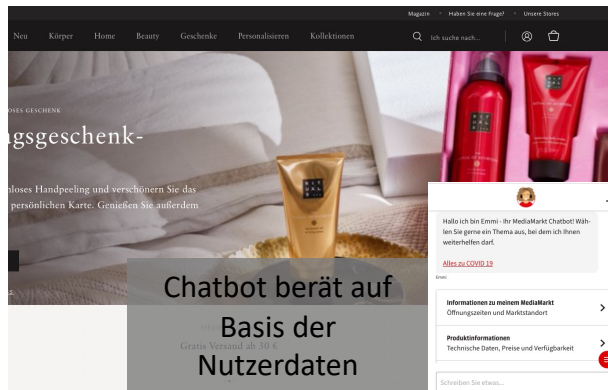


Kunde besucht  
Online Shop  
erneut

Kunde hat  
konkrete  
Produktfrage

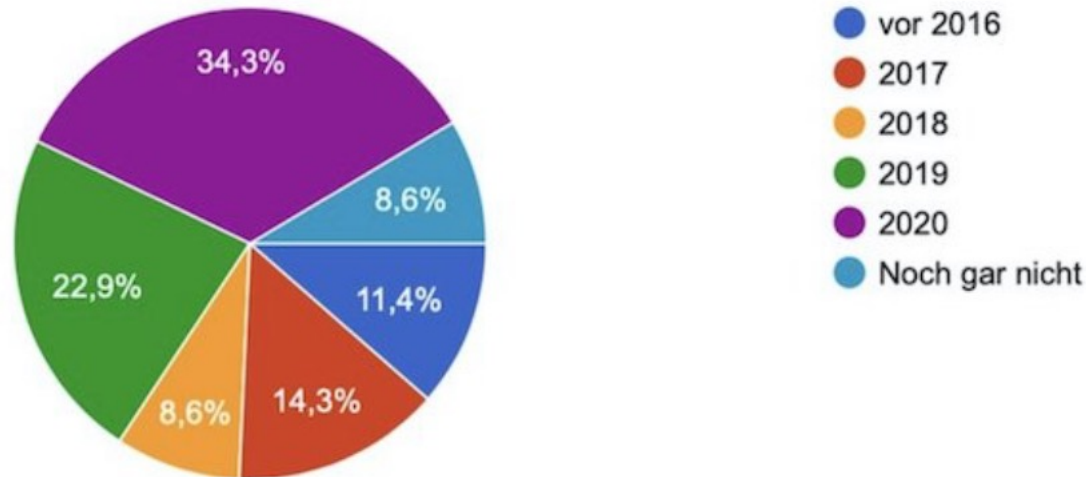


Kunde kauft  
online



# Aktuelle Fakten zum Thema Chatbots

In welchem Jahr hat Ihr Unternehmen zum ersten Mal einen Chatbot eingeführt

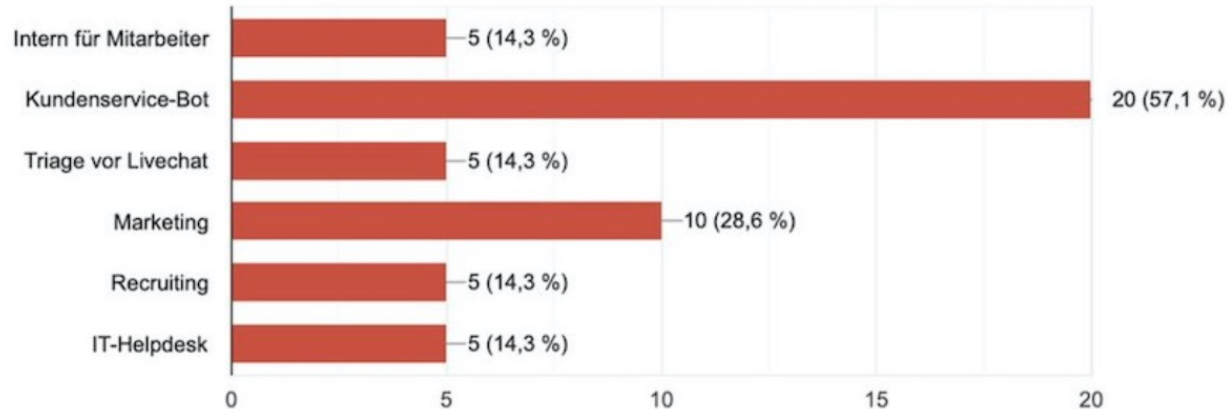


DACH Region; 50 Befragte aus Unternehmen verschiedener Branchen

Quelle: <https://www.it-daily.net/it-management/e-business/26479-hat-corona-die-anzahl-an-chatbots-gesteigert>

# Aktuelle Fakten zum Thema Chatbots

Für welchen Use Case wurde der Chatbot eingeführt?

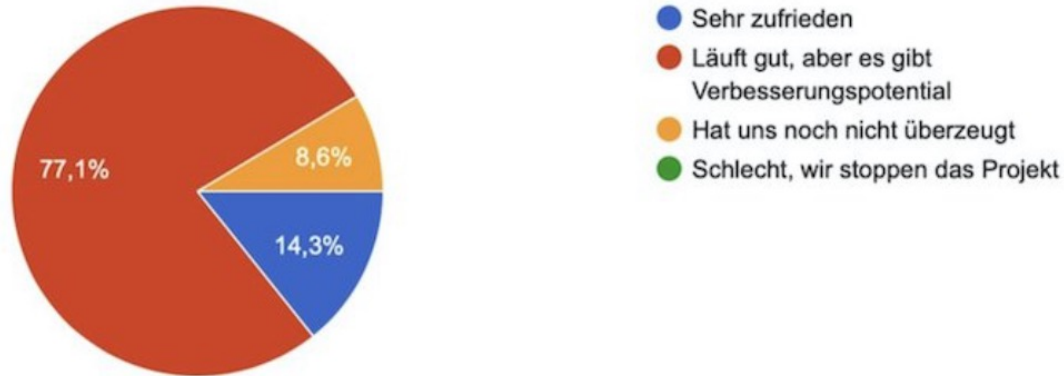


DACH Region; 50 Befragte aus Unternehmen verschiedener Branchen

Quelle: <https://www.it-daily.net/it-management/e-business/26479-hat-corona-die-anzahl-an-chatbots-gesteigert>

# Aktuelle Fakten zum Thema Chatbots

Wie zufrieden sind Sie mit dem eingesetzten Chatbot?



DACH Region; 50 Befragte aus Unternehmen verschiedener Branchen

Quelle: <https://www.it-daily.net/it-management/e-business/26479-hat-corona-die-anzahl-an-chatbots-gesteigert>

Mehr als „nur“ Papier  
einsparen.

Die Chancen digitaler Kassenbons  
als erster Touchpoint zum offline  
Kunden.



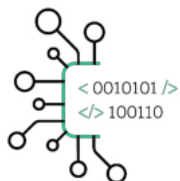
# Unternehmen



Gründung 2019 in Regensburg, erste Finanzierungsrunde Januar 2020 und seit April 2020 Teil des Telekom Techboost Programms



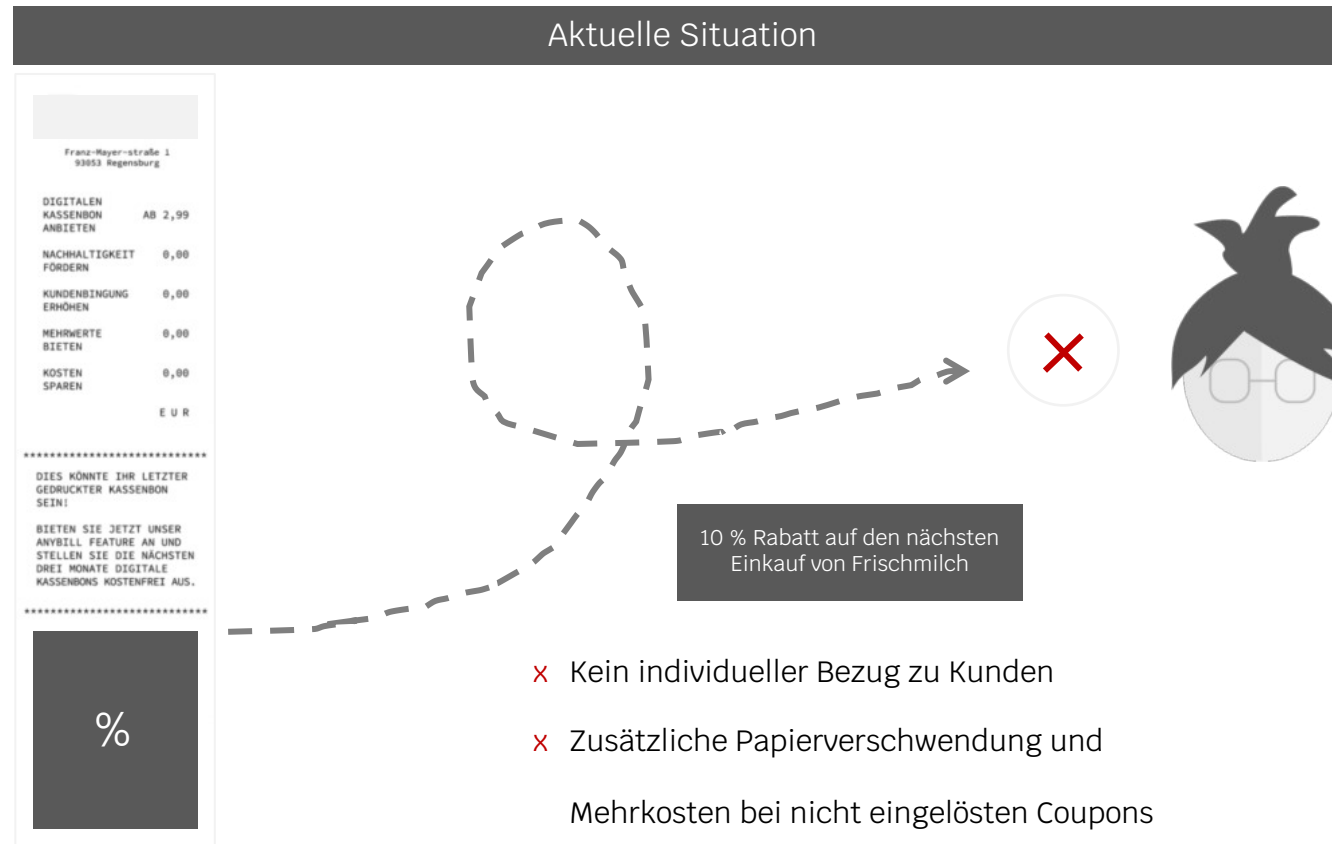
Aktuell 20-köpfiges und stark wachsendes, interdisziplinäres Team aus Digital- und Tech-Experten



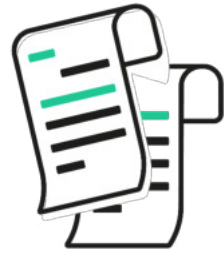
- Einsatz modernsten Technologien
- Erfolgreiche Umsetzung mehrerer Kassensystemintegrationen
- Erfolgreiche Go-Lives und Integrationen mit Einzelhändlern



# Der Bon heute: Fehlende Personalisierung und Kundenorientierung



# Aktuelle Situation papierhafte Kassenbons allein in Deutschland



**Anzahl Kassenbons  
pro Jahr**

39,9 Mrd.



**Aktuelle Kosten Kassenbons  
pro Jahr\***

140 Mio. €



**Verbrauch Kassenbons in  
Kilometer pro Monat\***

12,1 Mio. km

\* Einzelhandel i.w.S & Gastronomie, ohne Berücksichtigung von Dienstleistungssektor  
\* Thermopapierrollen, Druckerwartung und Tausch, Entsorgung Papier -> Kosten pro Bon (0,0035€)  
\* Bei einem Preis pro Digitaler Bon von 0,001€ und 100% Digitalisierung  
\* Durchschnittliche Bonlänge 30cm  
\* Quelle: Statista & DEHOGA Bundesverband



# Vision und Lösung



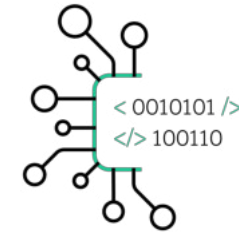
**Kostensparnis digitaler Bon mit anybill pro Händler Jahr/Monat\***

33%



**Papier einsparen & gleichzeitig Bäume pflanzen\***

bis zu 52.609 t



**Wertvolle Datenquelle nutzbar machen**



\* Thermopapierrollen, Druckerwartung und Tausch, Entsorgung Papier -> Kosten pro Bon (0,0035€)

\* Bei einem Preis pro Digitaler Bon von 0,001€ und 100% Digitalisierung

\* Durchschnittliche Bonlänge 30cm

\* Quelle: Statista & DEHOGA Bundesverband

# Der digitale Bon als Top-Trend im Handel

- Nahtlose **Verschmelzung von On- und Offlinekanälen** zur Generierung einer **Customer Journey**...
- **Personalisierung und Individualisierung der Kundenservices**...

... stehen auf der Liste strategischer Prioritäten vieler Retailer\*

**85 %**\* planen den Einsatz von **digitalen Kassenbons** oder haben diese bereits im Einsatz.

**86 %**\* planen den Einsatz von **mobile Couponing** oder haben eine solche Lösung bereits im Einsatz.

**78 %**\*\* glauben, dass **Personalisierung** einen sehr starken Einfluss auf die **Förderung von Kundenbeziehungen** hat.



**44 %**\* sehen **Connected Retail** als wichtigste technologische Entwicklung für die nächsten 3 Jahre (+ 15% seit 2019)

**37 %**\* empfinden **Customer Centricity** als wichtige Entwicklung für die nächsten 3 Jahre (+ 23 % seit 2019)

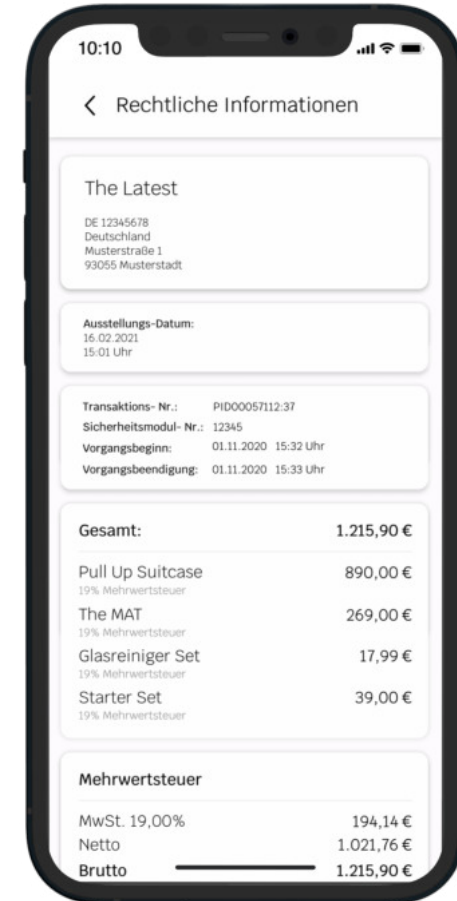
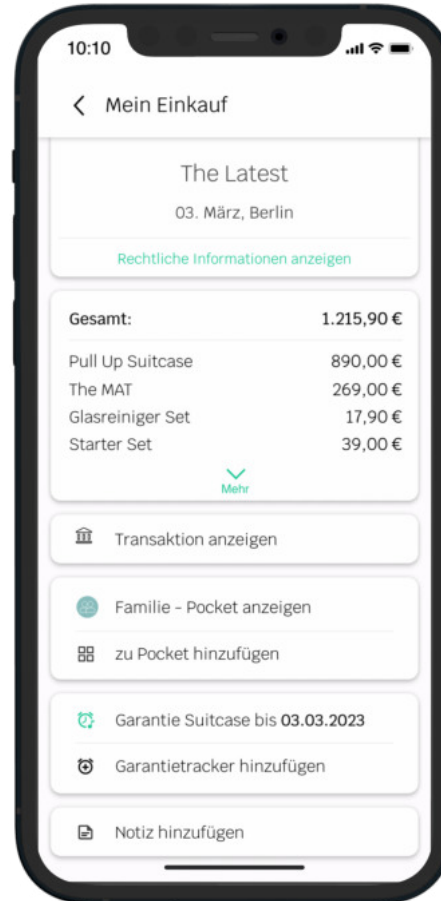
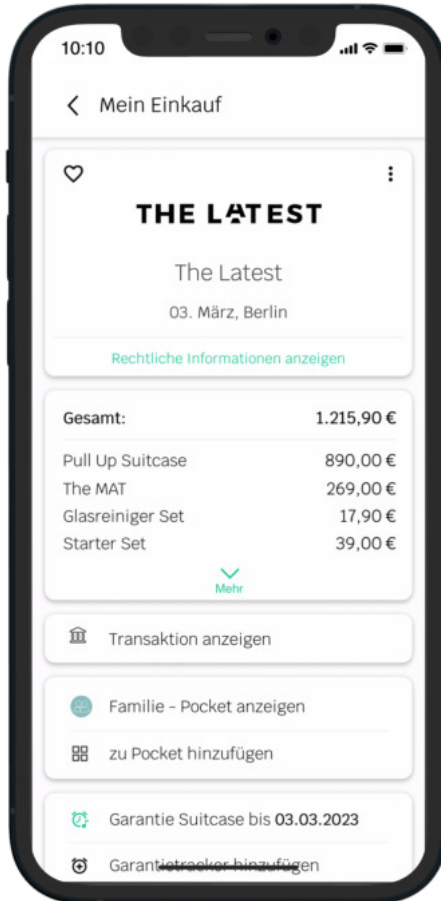
**92 %**\*\* geben an, dass ihre Interessenten oder Kunden **ein personalisiertes Erlebnis erwarten** (+7 % seit 2019)

## Die anybill Lösung.

Zettelchaos war gestern.  
Hallo POS der Zukunft.



# Der digitale und interaktive Kundenbeleg



# Die Möglichkeiten der Belegausstellung am POS



- ✓ Scannen des in der App enthaltenen QR/Strich-Codes am Scanner der Kasse
- ✓ Übertragung der Belegdaten an die anybill Rest-API
- ✓ Datensynchronisation über Backend-Service und Anzeige des Belegs in der App



- ✓ Anzeige des Kassensbons als QR-Code am Display der Kasse
- ✓ Scan des Bons durch Kunden mit der Kamera in der App ODER der Standard-Handykamera
- ✓ Speicherung des Bons in der App oder als PDF möglich

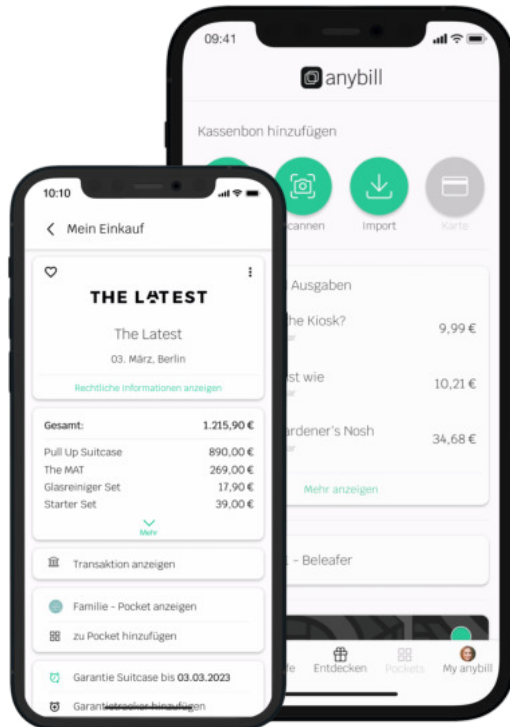


- ✓ Erhalt digitaler Kundenbelege mit bestehender Bankkarte
- ✓ Verknüpfung mit Zahlungsmittel und digitalen Belegerhalt in der App aktivieren
- ✓ Speicherung und Verwaltung der Belege in der App

# Der digitale und smarte Kassenbonn in verschiedenen Applikationen

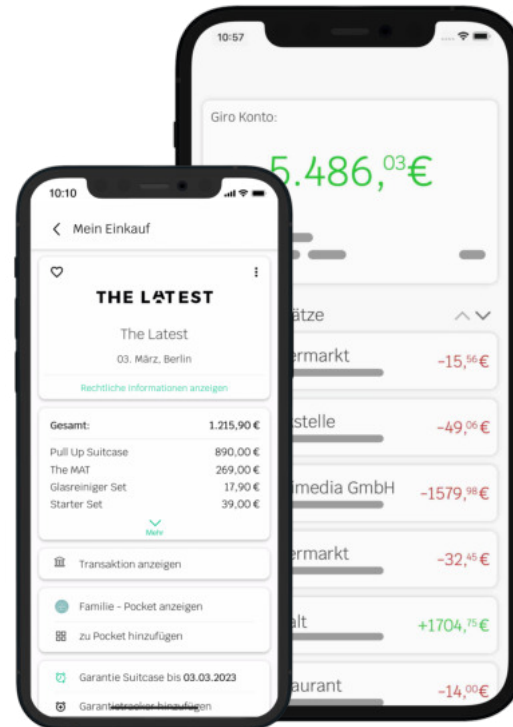
## Multi-Partner-App

Alle digitalen Belege in einer App



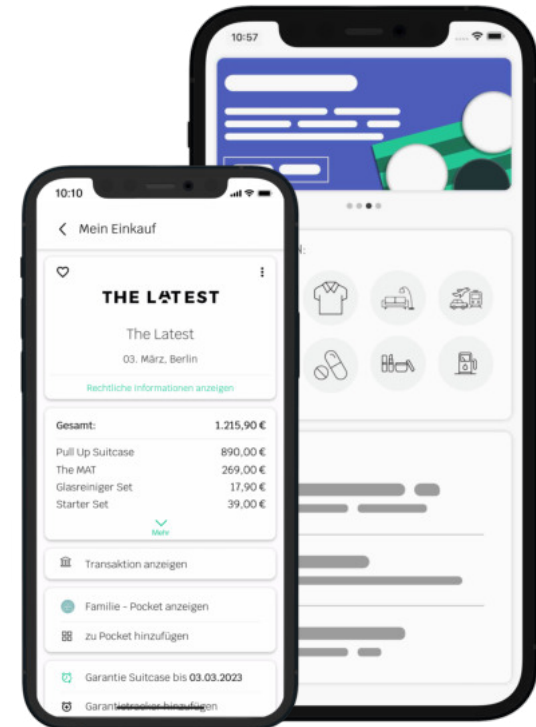
## Banking App als Multi-Partner-App

Alle digitalen Belege in der Banking App



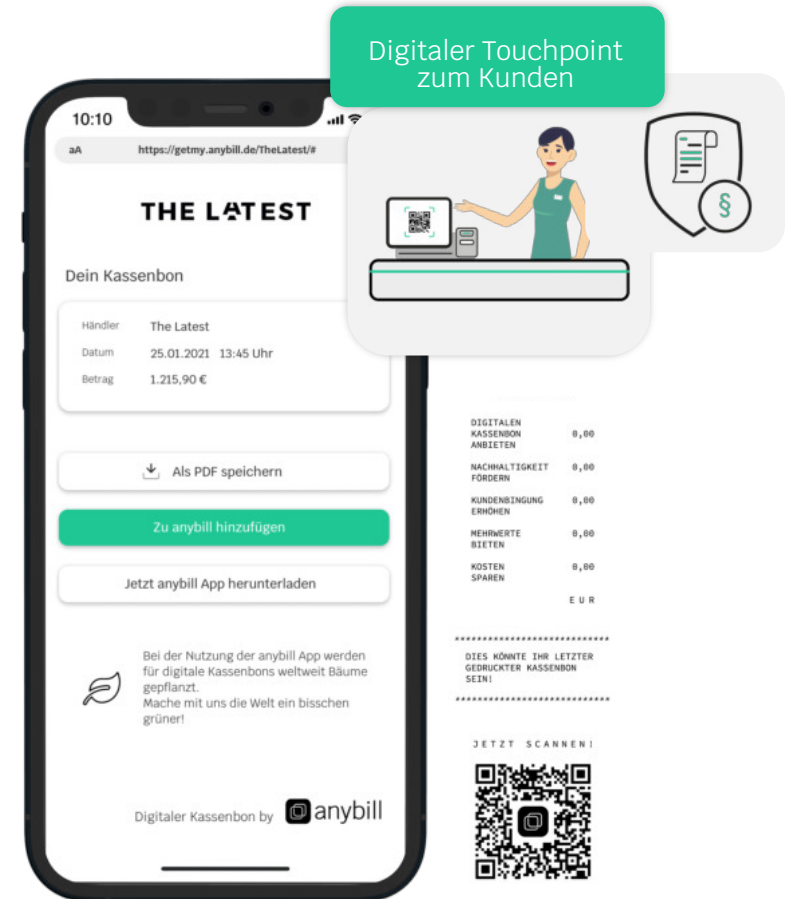
## White Label Lösung / SDK

Alle Funktionen in der Retailer App



# Belegerhalt ohne Registrierung und ohne App

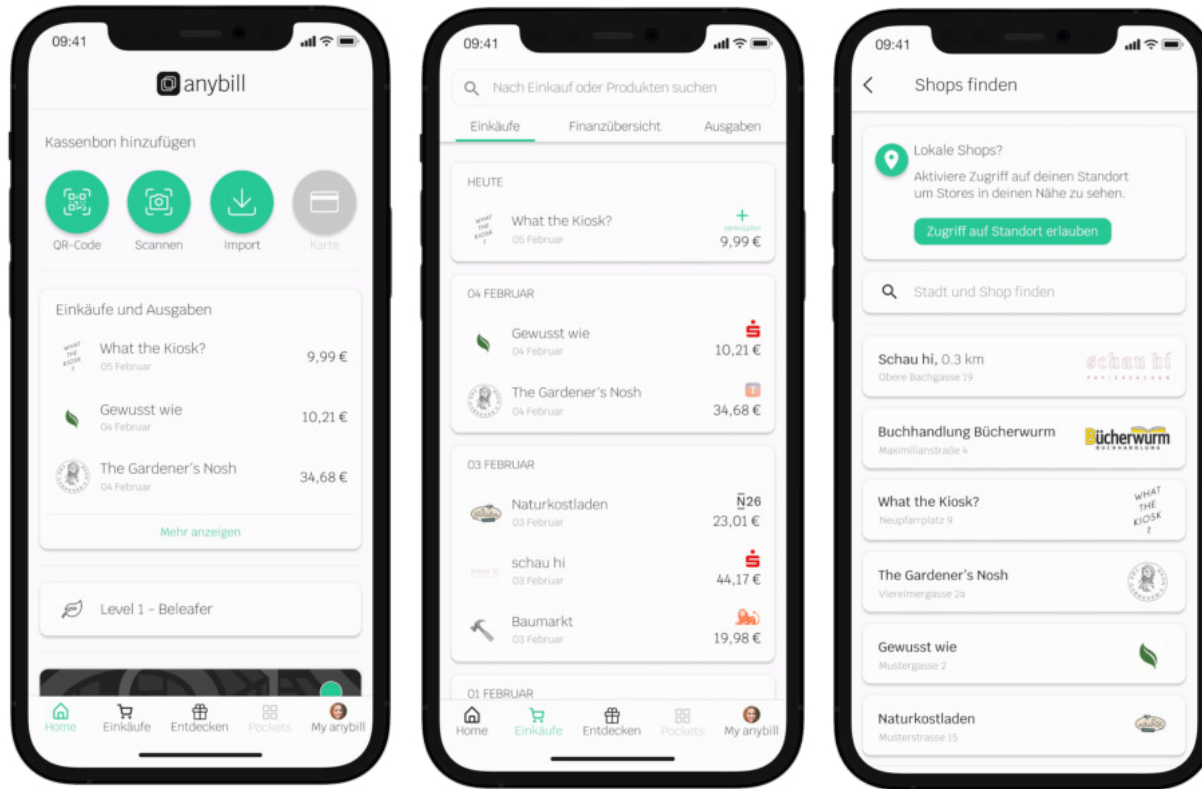
- ✓ Erhalt des digitalen Kassenbons durch Scannen des QR-Codes am Kassendisplay mit der Standard-Handykamera
- ✓ Möglichkeit der Speicherung des digitalen Kassenbons als PDF oder alternativ Archivierung von Kassenbon in (Dritt-) App
- ✓ Möglichkeit der nachträglichen Digitalisierung des Bons über aufgedruckten QR-Code auf Papierbon
- ✓ Belegausgabepflicht (DE) § 146a Abs. 4 AO: ein Kassenbeleg muss in jedem Fall ausgestellt werden, entweder elektronisch oder gedruckt, und dem Kunden zur Mitnahme angeboten werden
- ✓ Erfüllung der Belegausgabepflicht durch Darstellung von Beleg in Form von QR-Code am Kassenschildschirm und Einholung formloser Einverständniserklärung des Kunden
- ✓ anybill erfüllt alle fiskalrechtliche Anforderungen in den EU-Ländern



# Die anybill Multi-Partner-App



White-Label-Lösung  
verfügbar



## Digitaler Belegerhalt:

- ✓ Möglichkeit des Belegerhalts über in-App QR-Code, Kamerafunktion zum Scannen des QR Codes an Kundendisplay und Aktivierung verknüpfter Zahlungsmittel
- ✓ Nachträgliche Digitalisierung und automatisierte Analyse von gedruckten Belegen über Bilderkennungs-Technologie (OCR)

## Übersicht über alle Einkäufe:

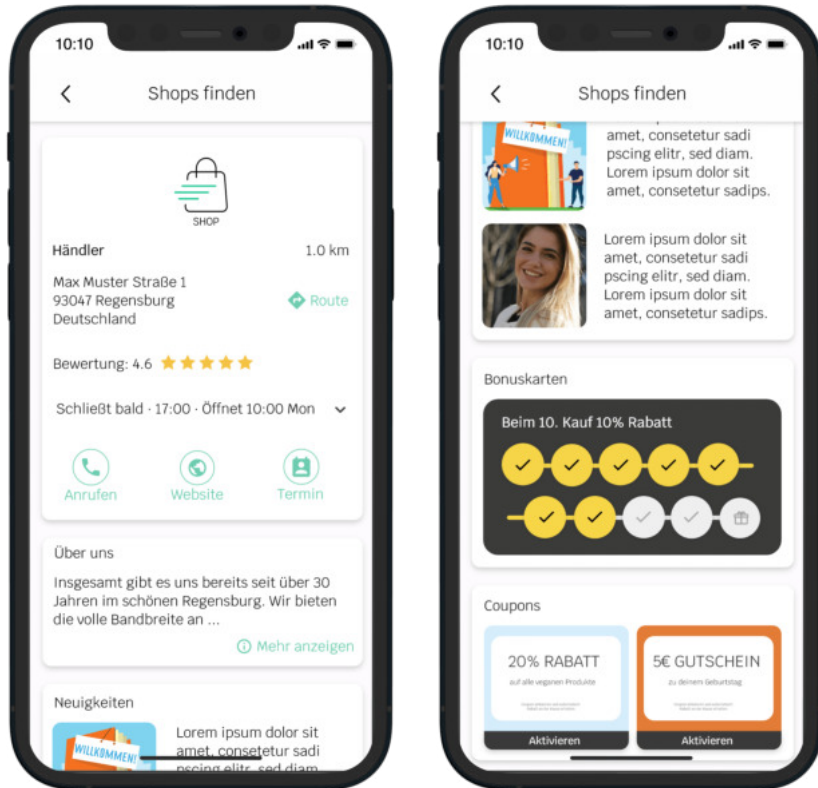
- ✓ Detaillierte Übersicht über alle Einkäufe pro Produktkategorie und auf Produktebene

## Store-Finder:

- ✓ Alle teilnehmenden Händler und Akzeptanzpartner in der Übersicht
- ✓ Coming soon: Merchant Profil

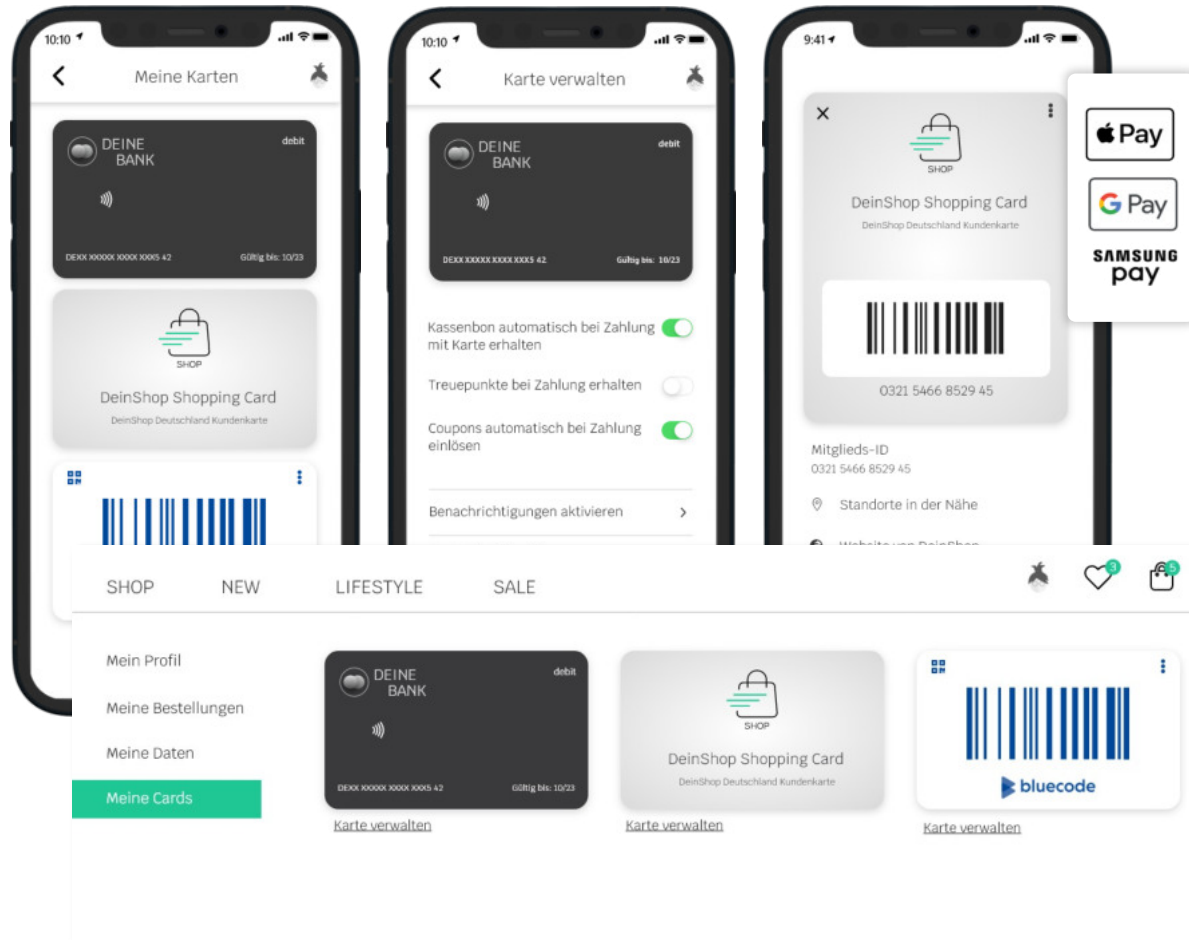


# Händlerprofile für digitale Sichtbarkeit im stationären Handel



- ✓ Wichtige Kontaktangaben und Öffnungszeiten direkt im Händler-Profil hinterlegen und somit auch im stationären Handel digital sichtbar für Kunden sein
- ✓ Kundennähe über persönliche Vorstellung des eigenen Unternehmens im Bereich „Über uns“ schaffen
- ✓ Buttons und Links wie Website, Speisekarte oder Termin buchen nutzen, um die Conversion-Rate zu erhöhen
- ✓ Aktuelle Neuigkeiten und Veranstaltungen im Profil bewerben
- ✓ Über Push-Notifications direkt mit Kunden kommunizieren und so kundendatenbezogenes Retargeting auch im stationären Handel einsetzen und nutzen
- ✓ Auch als White Label Service verfügbar

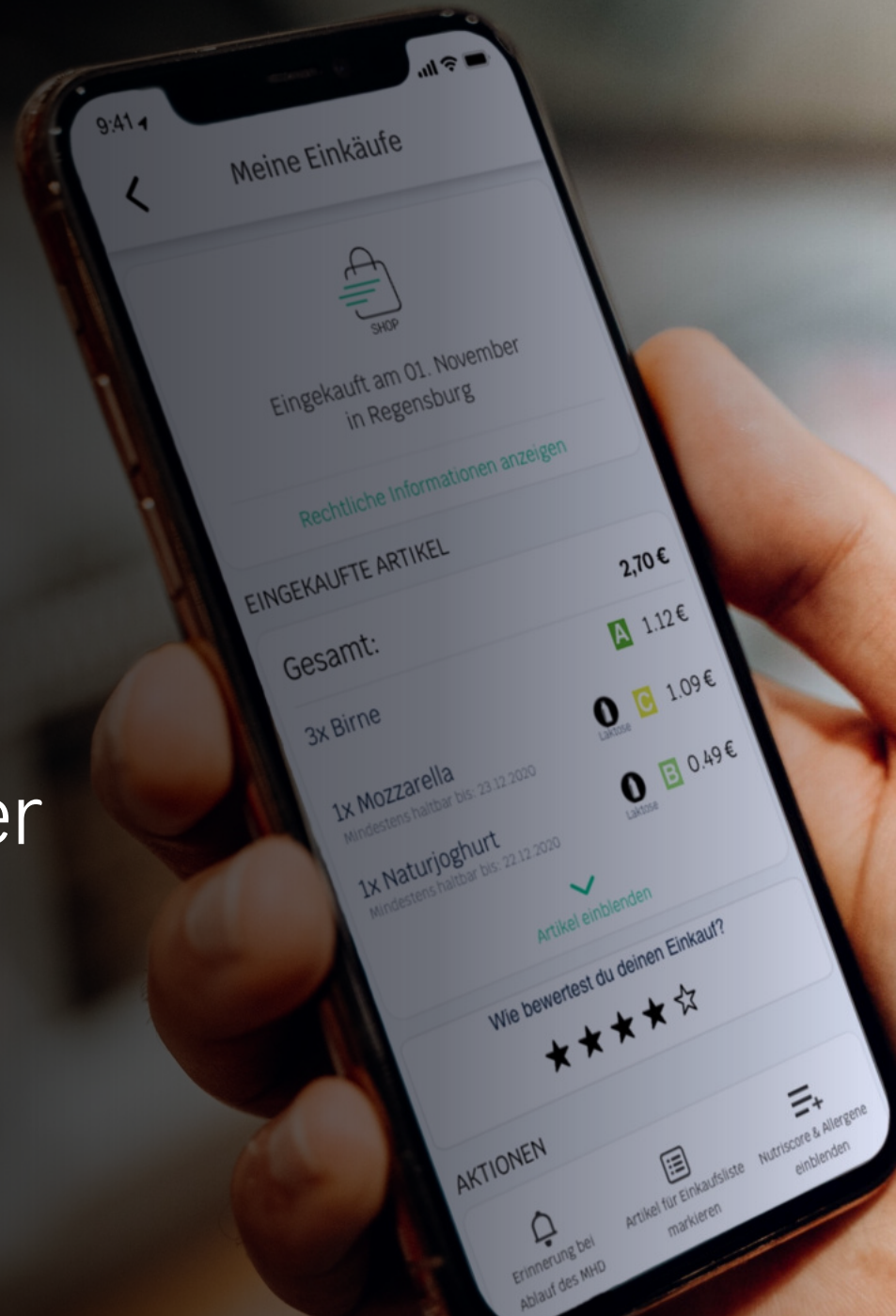
# Beyond Payment – Zahlungen mit Value-Added Services



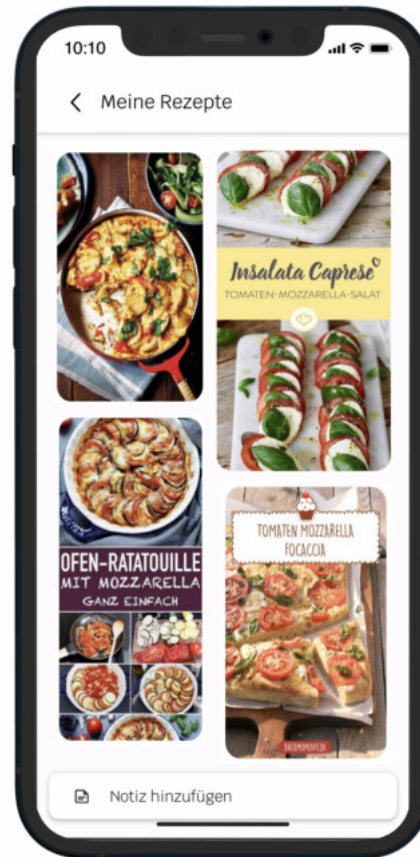
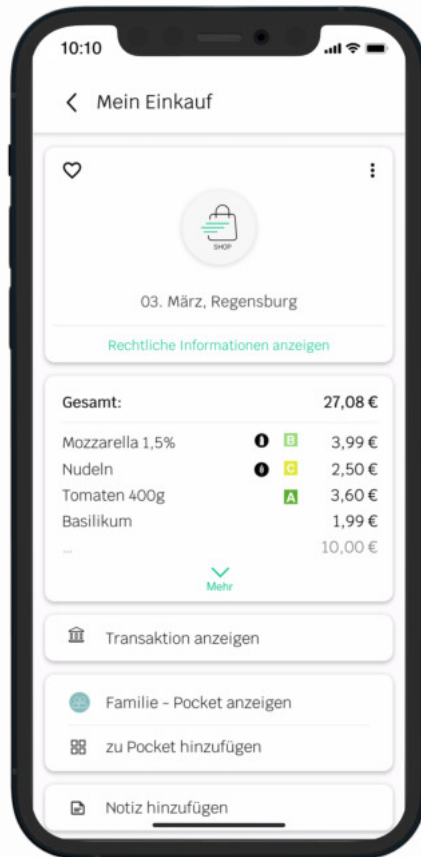
- ✓ Verschiedene Zahlungsmittel und Kundenkarte im Profil hinterlegen und für offline und online Zahlungen nutzen
- ✓ Management aller Karten im Account (Web/App)
- ✓ Hinzufügen von Kundenkarten zur mobile Wallet
- ✓ Verknüpfung von Zahlungsmittel mit Kundenkarte und Aktivierung für den digitalen Belegerhalt - One Touch
- ✓ Automatischer Erhalt von Kassenbons, Treuepunkten und Einlösen von Coupons bei Zahlungen mit verknüpftem Zahlungsmittel
- ✓ Insbesondere als White Label Service für Retailer & Wallet Anbieter

Whitelabel.

Das anybill SDK in der  
Händler App.



# anybill – modulare Zusatzfeatures



## Personalisierte Rezeptvorschläge:

- ✓ Echtzeit Rezeptvorschläge basierend auf den Belegdaten des letzten Einkaufs
- ✓ Anbindung einer Rezept-Engine über eine Schnittstelle

## Anzeige von Nutriscore und Allergenen:

- ✓ Optionales Einblenden des Nutriscore für eingekaufte Produkte
- ✓ Angabe von Allergenen für einzelne Produkte

## Echtzeit Bewertung des Einkaufserlebnis:

- ✓ Bewertung des Einkaufs durch Kunden direkt nach Kaufabschluss oder zeitversetzt mit flexibler Gestaltung möglich

## Intelligente Einkaufsliste:

- ✓ Automatisierte Produktvorschläge für die Einkaufsliste basierend auf dem Kaufverhalten

# Chancen von Personalisierung und datengetriebenen Services



10 % Rabatt auf den nächsten Einkauf von Frischmilch

- ✗ Kein individueller Bezug zu Kunden
- ✗ Zusätzliche Papierverschwendung und Mehrkosten bei nicht eingelösten Coupons

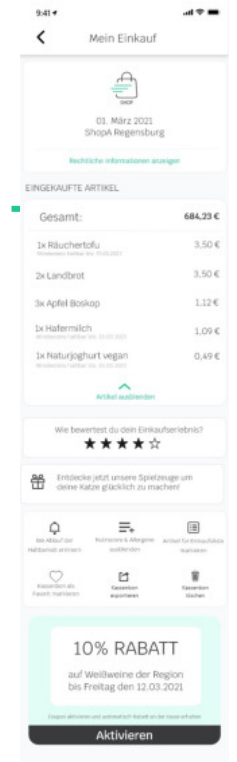


### Nutzerprofil

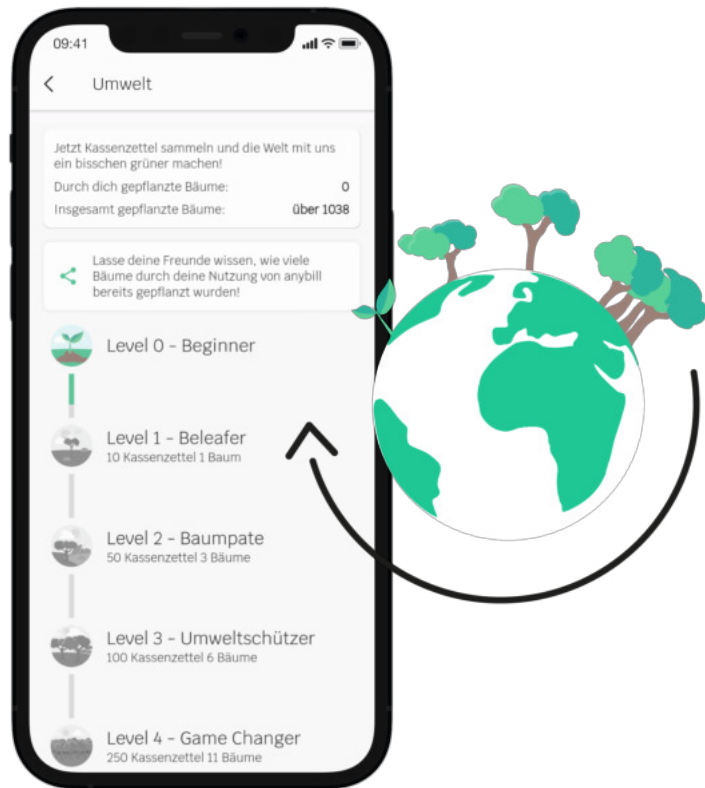
Lisa Musterfrau

- Ernährt sich vegan
- Kocht gerne frisch
- Kauft Freitags vermehrt Süßwaren und Weißwein
- Besitzt eine Katze

- ✓ Auf individuelle Kundenbedürfnisse eingehen
- ✓ Angebote und Coupons zielgerichtet ausspielen
- ✓ aktiv Up- und Cross-Selling Potentiale nutzen
- ✓ Omni-Channel Präsenz für Ihre Kunden



## Mit anybill nachhaltiges Handeln fördern



- ✓ Für eingesparte Kassenbelege werden weltweit in Zusammenarbeit mit der Trillion Tree Campaign Bäume gepflanzt
- ✓ Imagefördernder Nachhaltigkeitsgedanke wird begünstigt
- ✓ Das Baum-Level-System motiviert User der App zur Reduktion von gedruckten Kassenbelegen
- ✓ Neben der Einsparung von umweltschädlichem Thermopapier wird zur Aufforstung der Wälder beigetragen
- ✓ Gemeinsam machen wir uns stark für eine umweltbewusstere Zukunft

Jetzt Scannen & Kassenbon  
digital erhalten





Kontaktieren Sie uns gerne jederzeit!



Lea Frank

Co-Founder & CEO  
lea.frank@anybill.de  
T: 0176 31527377



Martin Muckle

Head of Sales & Partnermanagement  
martin.muckle@anybill.de  
T: 0172 5644990





# Kontakt im Kompetenzzentrum Usability



Mittelstand-  
Digital 

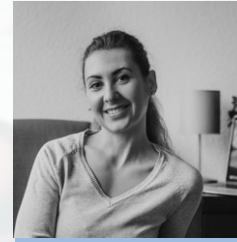
Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

## Ihre Ansprechpartner:

Dr. Daryoush Daniel Vaziri  
Telefon: +49 2241 865-9654  
E-Mail: [d.vaziri@kompetenzzentrum-usability.digital](mailto:d.vaziri@kompetenzzentrum-usability.digital)



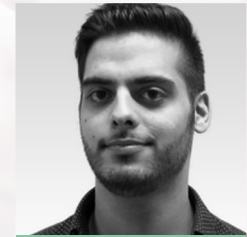
Diana Yakimchuk

[d.yakimchuk@kompetenzzentrum-usability.digital](mailto:d.yakimchuk@kompetenzzentrum-usability.digital)



Darius Hennekeuser

[d.hennekeuser@kompetenzzentrum-usability.digital](mailto:d.hennekeuser@kompetenzzentrum-usability.digital)



David Golchinfar

[d.golchinfar@kompetenzzentrum-usability.digital](mailto:d.golchinfar@kompetenzzentrum-usability.digital)





**Mittelstand 4.0**  
Kompetenzzentrum  
Handel

## Noch Fragen?

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel  
c/o IFH Köln GmbH  
Dürener Str. 401b  
50858 Köln

Internet: [www.kompetenzzentrumhandel.de](http://www.kompetenzzentrumhandel.de) | [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

**Chani S. Ehlis**

Projektreferentin  
[c.ehlis@ifhkoeln.de](mailto:c.ehlis@ifhkoeln.de)



**Svenya Scholl**

Projektreferentin  
[s.scholl@ifhkoeln.de](mailto:s.scholl@ifhkoeln.de)



**Folgen Sie uns:**



Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel



@handelkompetent



Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel