

Zumnoide

Off- und Online-Welten - was ist die passgenaue Strategie?

Trendforum retail



Agenda

1

Das Unternehmen Zumnorde

2

Relevanz der Multichannel-Strategie für den Handel

3

Von Multichannel zu Omnichannel bei Zumnorde



Unternehmensgeschichte wird seit über 130 Jahren geschrieben

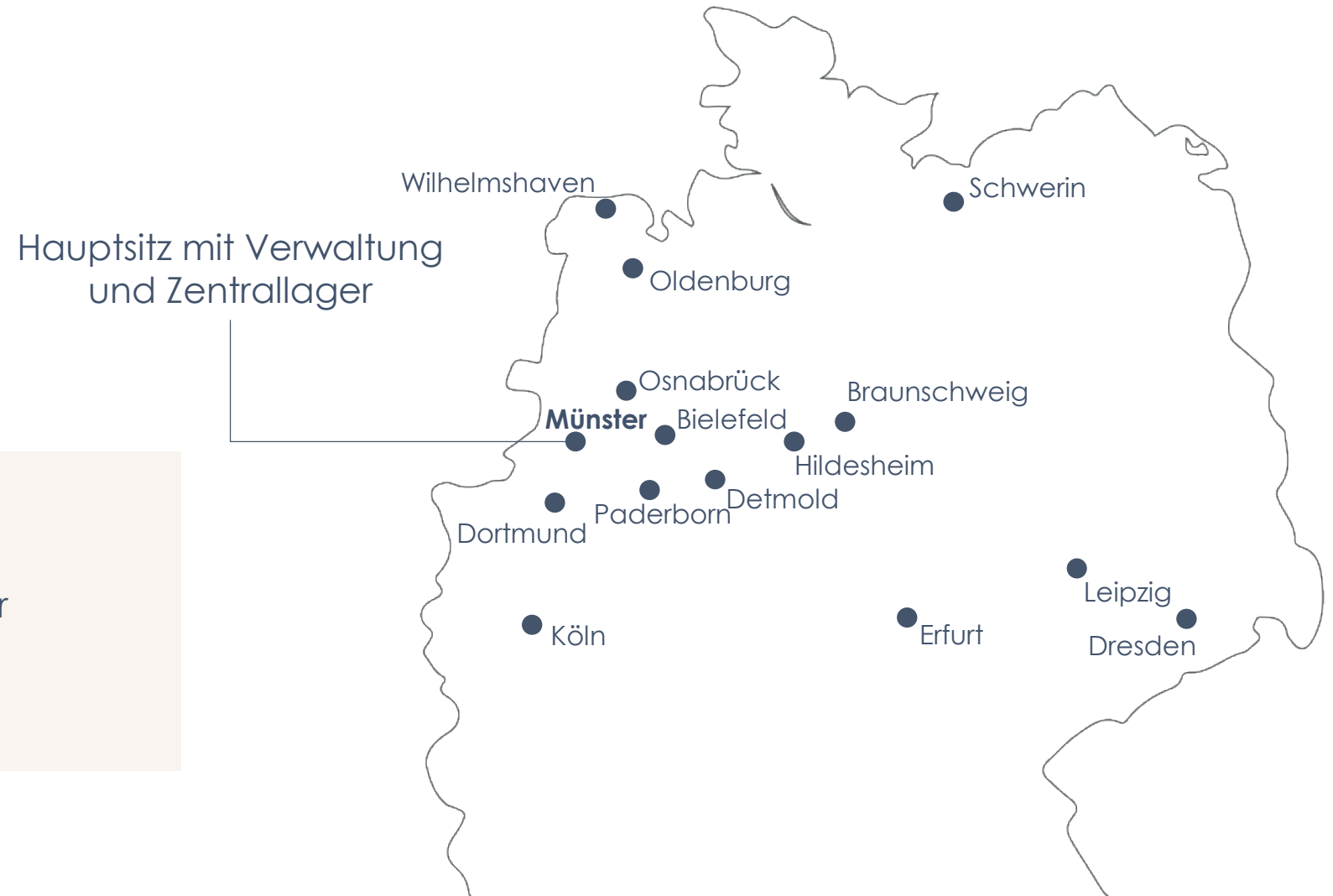
- 1887 Gegründet von Heinrich Zumnorde (geb. 1846) in Münster
- 1946 Wiederaufbau des zerstörten Haupthauses am Prinzipalmarkt
- 1960 Expansion in umliegende Städte wie Dortmund und Bielefeld
- 1994 / 1998 Eröffnung des Hotel Zumnorde und Restaurant Zumnorde in Erfurt
- 2011 Start des ersten Onlineshops
- 2014 Eröffnung des Flagship-Stores in Köln
- 2018 Münster - Store of the year 2018



In Deutschland betreibt die Firma Zumnorde 24 Geschäfte an 15 Standorten



- Insgesamt rund 700 Mitarbeiter
- davon 62 Auszubildende



Agenda

1

Das Unternehmen Zumnorde

2

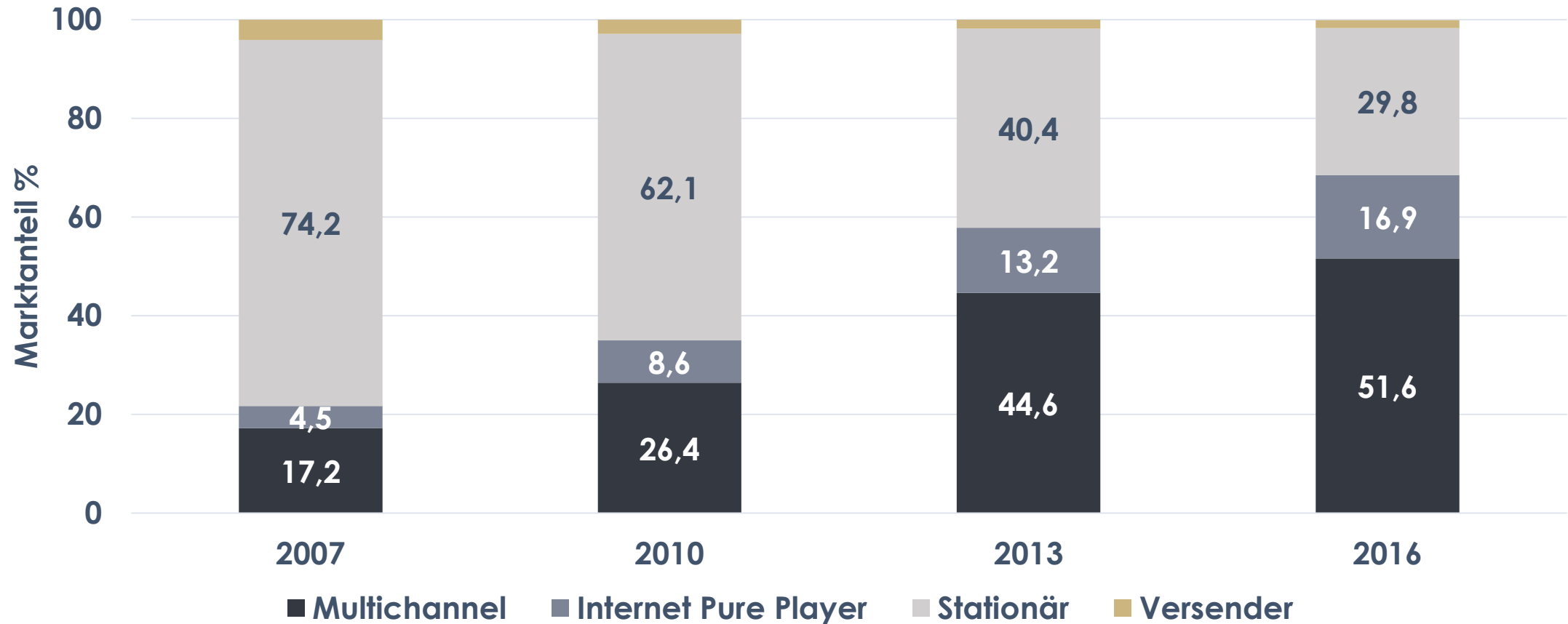
Relevanz der Multichannel-Strategie für den Handel

3

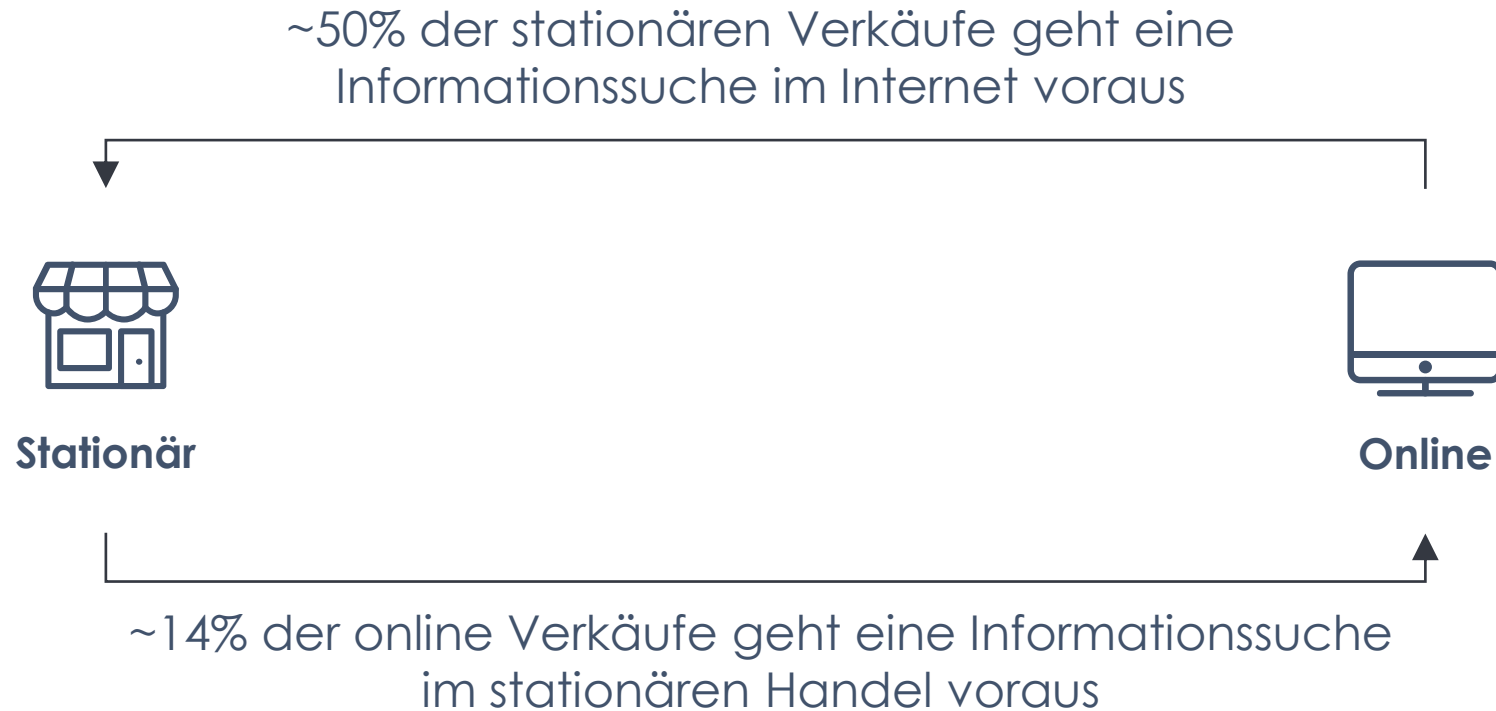
Von Multichannel zu Omnichannel bei Zumnorde

Multichannel-Einzelhändler haben mittlerweile über 50% Marktanteil mit kontinuierlichem Wachstum

Umsatzanteil Multichannel am Nonfood-Handel i.e.S.



Multichannel-Verhalten ist Alltag. Somit sind Online- informationen vor dem stationären Kauf hochrelevant



Der **Online Kanal** dient vor allem dem **stationärem Handel** bei einer **cross-channel conversion**

Bei **81%** der Onlineeinkäufe informieren sich Kunden **ausschließlich online**

Agenda

1

Das Unternehmen Zumnorde

2

Relevanz der Multichannel-Strategie für den Handel

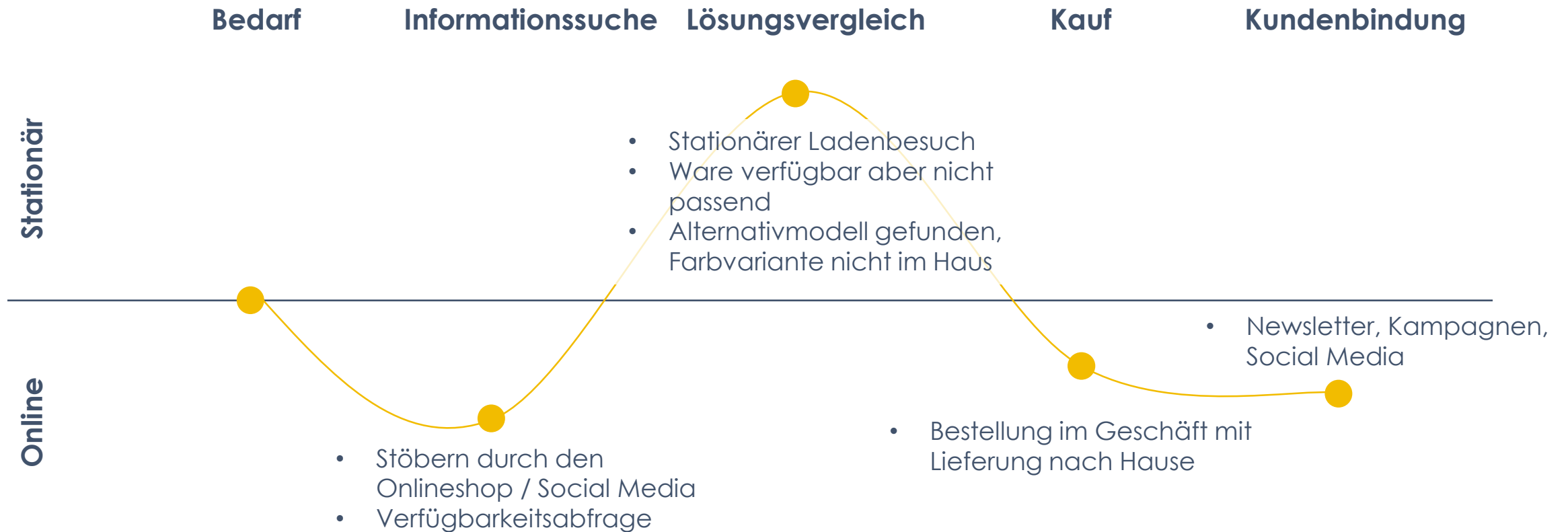
3

Von Multichannel zu Omnichannel bei Zumnorde

Erlebnisse finden stationär statt!

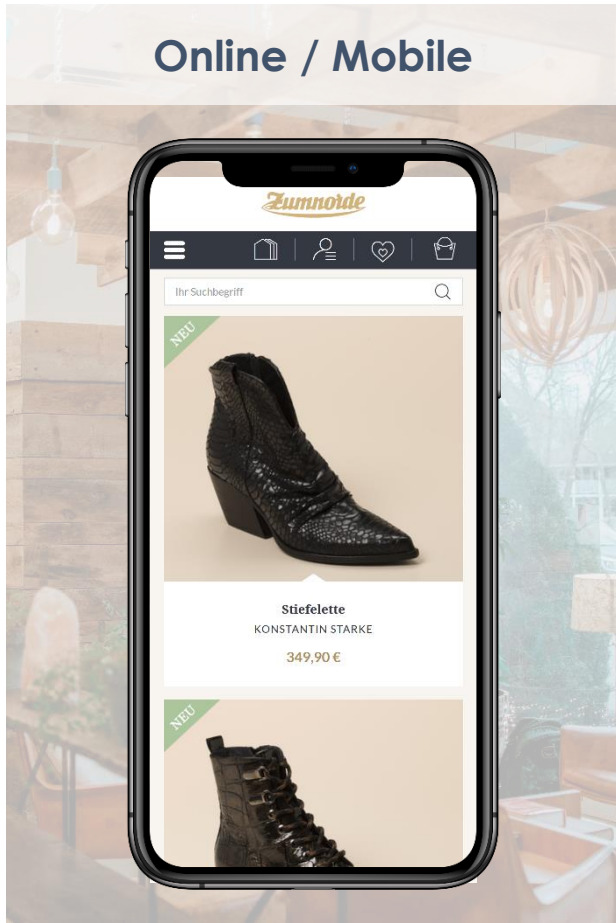


Kundin Jasmin Beer, 32, Juristin und Schuhliebhaberin



Das neue Haus ist ein Schritt in Richtung einer Omnichannel-Strategie - Integration der Verkaufskanäle

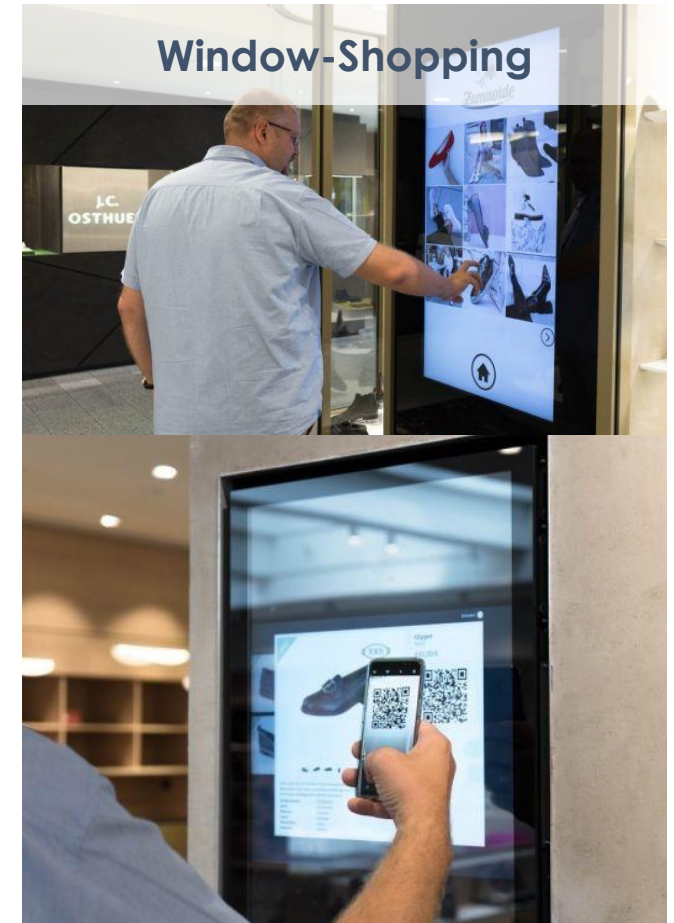
Online / Mobile



Digitale Kaufberatung



Window-Shopping



Zusammen mit Online versucht Zumnorde die wichtigsten Mehrweherte zu generieren

Mehrwert bei stationärem Verkauf

