



STAKEHOLDER - WORKSHOP RATINGEN APP „CUSTOMER JOURNEY 2.0“

Stadthalle Ratingen
18. Juni 2019

Gefördert durch:

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



Agenda

Begrüßung

Klaus Pesch, Bürgermeister der Stadt Ratingen

Boris Hedde, IFH Köln

„Vitale Innenstädte 2018“ – Vorstellung der Ergebnisse für Ratingen

Dr. Markus Preißner, IFH Köln

Vorstellung des Förderprojektes

Nina Bauer, RMG

World Café

- I. Kommunikationskanal
- II. Cash Back Gutschriften
- III. Digitalisierung des Ratinger Einkaufsgutschein

Zusammenfassung & Ausblick

Förderprojekt: Ratingen App – „Customer Journey 2.0“

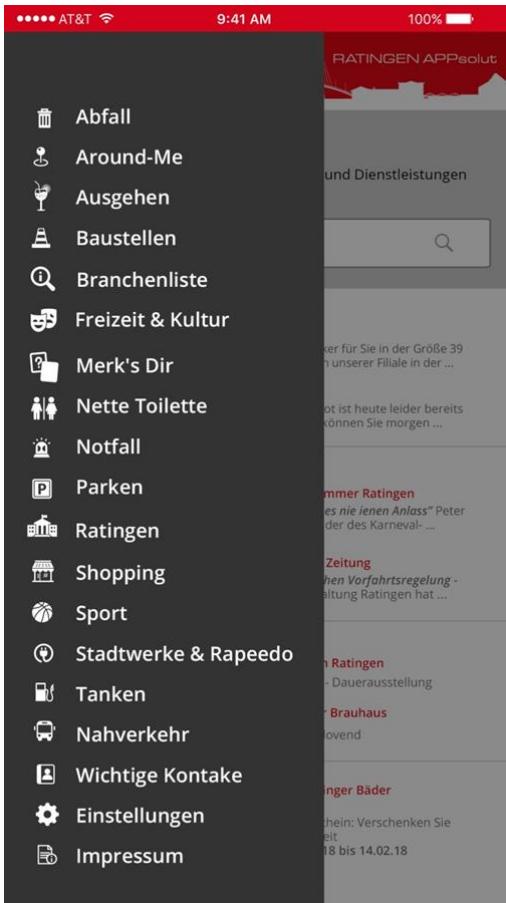
Herleitung der Projektidee

- Impulse aus der Händler- und Bürgerschaft sowie wissenschaftliche Erkenntnisse signalisieren, dass es mit Blick auf das Schaffen von Besuchs- und Kaufanreizen und damit den Entgegenwirken von Kaufkraftabflüssen aus Ratingen sinnvoll ist, die Ratingen App um weitere Servicefunktionen zu erweitern.

Ausgangslage



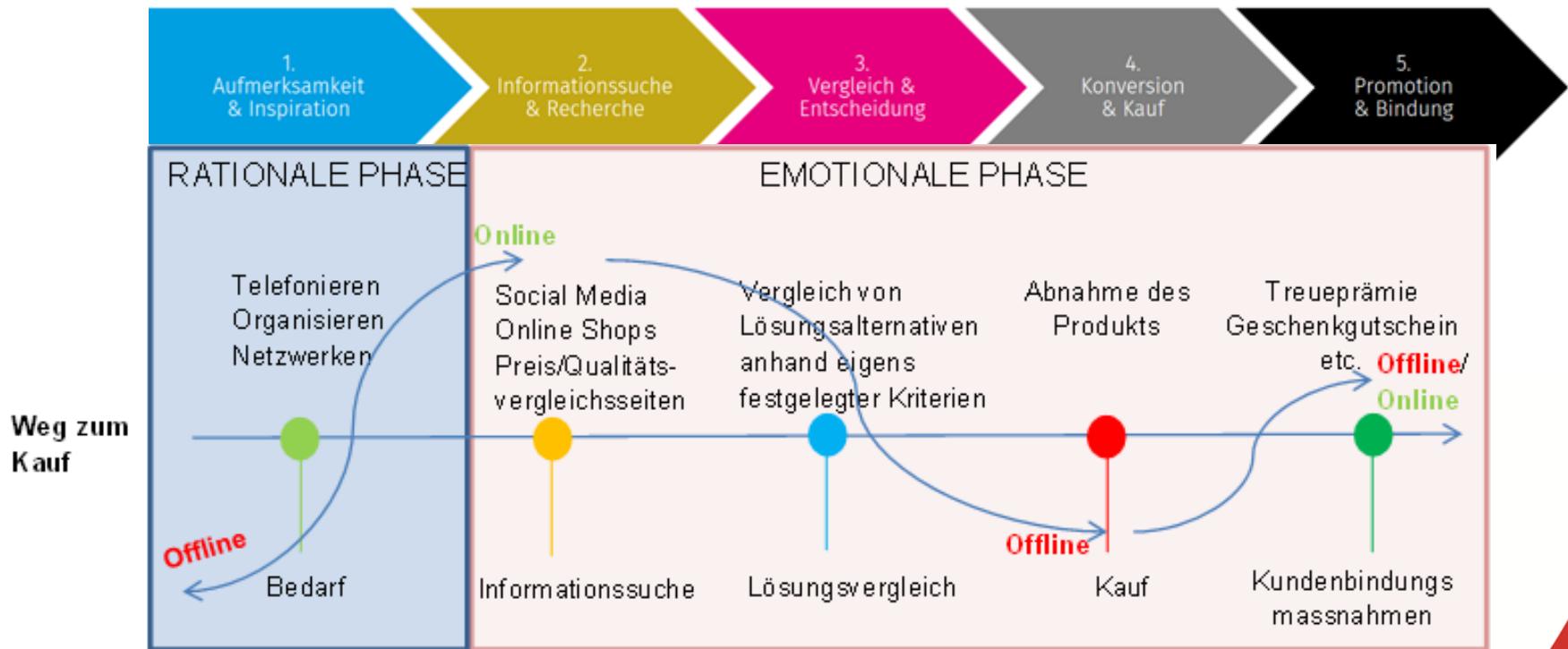
- Anteil des E-Commerce-Umsatzes am Gesamtumsatz des Einzelhandels wird weiter ansteigen
 - Bedeutung des Smartphones nimmt kontinuierlich zu
 - Mobile Commerce gewinnt immer mehr an Bedeutung. Anteil am Online-Umsatz in Deutschland auf 27,7 % gestiegen.
 - 2016 Einführung der Ratingen App durch die RMG



- 16.500 App-User davon 93 % wiederkehrende User
- Alle relevanten Bereiche der Stadt in einer App
- Veranstaltungen , Parkmöglichkeiten, Mülltermine, Around Me, Produktsuche, Unternehmensporträts,
- Kostenloser und zeitgesteuerter Versand von Coupons an rd. 10.100 Empfänger

Fünf Phasen der Customer Journey

- Die Ratingen App unterstützt bereits die Konsumenten in den einzelnen Phasen der Customer Journey, soll aber dahingehend erweitert werden



Projektaufruf der Landesregierung NRW: „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken – Digitalisierung im Handel jetzt umsetzen!“

Projektaufruf der Landesregierung NRW

Mit dem zweiten Projektaufruf „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken – Digitalisierung im Handel jetzt umsetzen“ will die Landesregierung innovative Projekte fördern und so den Wandel in der Branche unterstützen.

Die Kernziele sind dabei:

- Die Zukunftsfähigkeit des stationären Einzelhandels durch innovative und digitale Maßnahmen zu unterstützen.
- Durch die Belebung des Handels die Attraktivität und Funktionalität der Innenstädte, der Mittelpunkte als auch der ländlichen Regionen zu fördern sowie Angebote für die Versorgung zu entwickeln.

Projektideen konnten bis zum 26. April 2018 beim Projektträger FZ Jülich eingereicht werden.

Projektaufruf der Landesregierung NRW

- RMG & IFH Köln GmbH haben am 20.04.2018 das Projekt „Customer Journey 2.0. – Mit der Ratingen App kommunikativ und mobil noch näher an den Kunden in Ratingen rücken, oder wie die Ratingen App für eine bessere Kundenbeziehung eingesetzt wird“ bei dem Wettbewerb eingereicht.
- Innerhalb des Projektes sollen dazu im Kern vier neue Funktionen entwickelt werden, die das Ziel haben, Mehrwert in der Customer Journey des innerstädtischen Besuch zu offerieren:

Förderprojekt „Customer Journey 2.0“

Vorhaben 1: Kommunikationskanal

- Das Feature „Kommunikationskanal“ soll den Nutzern helfen, gewünschte Artikel und Dienstleistungen lokal in Ratingen zu beziehen. Dazu wird eine neue Chat-Möglichkeit zwischen Händlern und Kunden geschaffen werden, um einen Verkauf oder eine Beratung zu avancieren. Der User kann mit Hilfe dieses Features bei den Unternehmen eine Anfrage nach einem bestimmten Artikel, einer Dienstleistung oder einem Service starten. Auch die Übermittlung von Fotos ist möglich.
- **Das Ziel** dieser Funktion ist es für den Kunden die Zutrittshürden zum Handel abzubauen, damit dieser Artikel lokal in Ratingen bezieht, anstatt online-Käufe zu tätigen. Entlang der Customer Journey stellt die zeitnahe und individuelle Beratung mittels eines Chats für die Händler eine hervorragende Möglichkeit dar, einen persönlichen Dialog zu ihren Kunden aufzubauen.

Vorhaben 2: Kontakt-und bargeldloses Parken in den städtischen Parkhäusern

- Um die Zutrittshürden zur Innenstadt weiter zu senken und die Verweildauer zu erhöhen, wird in den städtischen Parkhäusern ein kontakt-und bargeldloses Parken eingeführt.
- Dazu erhält der Kunde nach entsprechender Registrierung bzw. Anmeldung einen RFID-Chip, der permanent im Fahrzeug verbleibt. Der RFID Chip wird bei Ein- und Ausfahrt von einer RFID Antenne erkannt, die mit der Parkschanke verbunden ist. Sobald ein gültiger RFID Chip erkannt wird, öffnet sich die Schranke automatisch. Die Ein- und Ausfahrtzeiten werden dabei genau erfasst. Und auch das Anstehen am Automaten entfällt, denn der Kunde erhält am Ende des Monats ganz bequem eine Online-Rechnung. Die Abrechnung der Parkgebühren erfolgt per Lastschriftmandat.
- **Ziel** dieser Maßnahme ist es die Aufenthaltsdauer in der Innenstadt zu verlängern und die Besucherfrequenz nachhaltig zu erhöhen.

Vorhaben 3: Cash Back Gutschriften

- Eine neue Treue-Karte (Ratingen Card) soll den Kunden nach dem Kauf an Ratingen binden. Mit der neuen Ratingen Card können die Händler ihren Kunden ganz flexibel Cash-Back-Gutschriften, in Höhe eines gewissen Prozentsatzes des jeweiligen Einkaufswertes, gewähren.
- Das Besondere dieser Gutschriften: Der Kunde kann mit den auf der Card gutgeschriebenen Beträgen nicht nur seine Parkgebühren saldieren, sondern auch bei allen teilnehmenden Firmen in Ratingen bargeldlos zahlen. So entsteht ein geschlossener Kreislauf und die Umsätze verbleiben in Ratingen.

Vorhaben 3: Cash Back Gutschriften

- Der Kunde kann wahlweise eine physische Kundenkarte oder die Ratingen App zum Sammeln oder einlösen der Cash-Back-Gutschriften verwenden.
- Ziel der Einführung dieses Loyalty-Programms ist es, dem Kaufkraftabfluss entgegen zu wirken und dafür Sorge zu tragen, dass der Umsatz in der Stadt verbleibt. Die neue Ratingen Card soll am Ende der Customer Journey dabei helfen, Kundenbindung zu analysieren, zu fördern, aktiv zu stärken und - nicht zuletzt - Treue zu belohnen.

Förderprojekt „Customer Journey 2.0“

Vorhaben 4: Digitalisierung des Ratinger Einkaufsgutscheins

- Das erfolgreiche Ratinger Gutscheinmodell „DumeklemmerCard“ soll digitalisiert werden und auch via Smartphone zum Einsatz kommen. Die DumeklemmerCard konnte bisher nur als physische Karte, im Wert von 10€, bei 25 Verkaufsstellen erworben und bei 150 Geschäften in Ratingen eingelöst werden. Eine Teil-Einlösung war bisher nicht möglich.
- Im Zuge der Digitalisierung des Projektes kann der Kunde dann eine Gutscheinkarte mit einem Aufladebetrag von jeweils bis zu 100€ erwerben. Das Guthaben kann bei den angeschlossenen Akzeptanzstellen in beliebiger Stückelung ausgegeben werden.
- Ziel dieser Maßnahme ist die Stärkung des lokalen Wirtschaftskreislaufes und die Erhöhung der Akzeptanz des Einkaufsgutscheines durch die Händler und Kunden, denn die perfekte Customer Journey definiert sich auch über Zusatzservices.

Förderprojekt „Customer Journey 2.0“

➤ Starke Partner an unserer Seite:



Handelsverband
Nordrhein-Westfalen
Rheinland

Werde- und Interessengemeinschaften der Stadt Ratingen

➤ Dienstleister:



app:
_soluts/*

World Café

- **3 Gruppen:**
 - **Einzelhändler (rote Punkte)**
 - **Dienstleister (blaue Punkte)**
 - **Kunden (grüne Gruppe)**
- **3 World Café Runden à 20 Minuten** – Wechsel wird durch ein akustisches Signal bekannt gegeben
 - I. Kommunikationskanal (Moderation Nina Bauer)**
 - 1.Runde blaue Gruppe
 - 2.Runde grüne Gruppe
 - 3.Runde rote Gruppe
 - II. Cash Back Gutschriften (Moderation Boris Hedde)**
 - 1.Runde rote Gruppe
 - 2.Runde blaue Gruppe
 - 3.Runde grüne Gruppe
 - III. Digitalisierung des Ratinger Einkaufsgutschein (Moderation Markus Preißner)**
 - 1.Runde grüne Gruppe
 - 2.Runde rote Gruppe
 - 3.Runde blaue Gruppe

Ausblick

➤ Projektstart war 01. April 2019

➤ Projektablauf

1. Ist-Analyse und Sollkonzept Phase (04/2019 – 09/2019)

2. Entwicklung und Test Phase (07/2019 – 06/2020)

3. Rollout, Monitoring & Evaluations Phase (08/2020 – 03/2021)

Tester gesucht !!!

Für die Testphase sind wir auf der Suche nach:



WE WANT YOU

Händlern und/oder Kunden die die Erweiterungen der Ratingen App aktiv testen.

Die Anmeldebogen liegen auf Ihren Stuhl, diese können Sie gerne in eine der beiden aufgestellten Boxen einwerfen!

Wir kommen dann zur gegebener Zeit auf Sie zu.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung !!!

Bleiben Sie auf den Laufenden !

Wir bloggen jetzt:

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://www.rmg-ratingen.de/foerderprojekt-ratingen-app-customer-journey-2-0/>. The page is titled "Förderprojekt „Ratingen App – Customer Journey 2.0.“". It features a smartphone icon displaying the app interface. Below the title is a description of the project: "„Customer Journey 2.0 – Mit der Ratingen App kommunikativ und mobil noch näher an den Kunden in Ratingen rücken, oder wie die Ratingen App für eine bessere Kundenbindung eingesetzt wird.“". Another section discusses the project's role in the digital transformation of retail. On the right side, there is a sidebar titled "ANSTEHENDE VERANSTALTUNGEN" listing three events: "Mode 68. Mini, sexy provokant" (13. Juni @ 10:00 - 17:00), "Herrenhaus Cromford (Dauerausstellung)" (13. Juni @ 10:00 - 17:00), and "Textilfabrik Cromford (Dauerausstellung)" (13. Juni @ 10:00 - 17:00). A red button labeled "ALLE VERANSTALTUNGEN ANZEIGEN" is present. At the bottom, there is a section titled "BLOG DES FÖRDERPROJEKTES „CUSTOMER JOURNEY 2.0“" with a post about the start of the project.

<https://www.rmg-ratingen.de/foerderprojekt-ratingen-app-customer-journey-2-0/>

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !!!

Haben Sie noch Fragen ???

Ihre Ansprechpartner:

Nina Bauer | Projektleiterin
Ratingen Marketing GmbH
Tel.: 02102/102-6511
nina.bauer@rmg-ratingen.de

Dr. Markus Preißner | Wissenschaftlicher Leiter
IFH Köln
Tel.: 0221/8436 – 0741
m.preissner@ifhkoeln.de