



ROADSHOW HANDEL RATINGEN APP „CUSTOMER JOURNEY 2.0“

Düsseldorf
27. Januar 2020

Gefördert durch:

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





Ratingen

- ist eine als Mittelzentrum klassifizierte Stadt (92.000 Einwohner)
- zugehörig zum Kreis Mettmann
- hat ein ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld zu den Oberzentren Düsseldorf & Essen, sowie zu mehreren leistungsstarken Mittelzentren, bspw. Mülheim an der Ruhr
- Stadtgebiet umfasst 500 Einzelhandelsbetriebe, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 150.000 qm verfügen
- 63 % der Einzelhandelsbetriebe in den zentralen Versorgungsgebieten
- Kaufkraftkennziffer 114,9 > bundesdeutscher Durchschnitt von 100
- Gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz rd. 550 Mio. Euro p.a.



- Gemessen an der Kaufkraft liegt der Zentralitätskennwert bei 90 %
- Gründe:
 - Anteil des E-Commerce-Umsatzes am Gesamtumsatz des Einzelhandels nimmt stetig zu
 - Insbesondere innenstadtrelevante Sortimente sind betroffen
 - Ratingen weist in der Mehrheit dieser Sortimentsgruppen Zentralitätswerte von unter 100 % und damit Kaufkraftabflüsse auf
- Bedeutung des Smartphones nimmt kontinuierlich zu
 - Anteil Mobile-Commerce am Online-Umsatz in Deutschland auf 27,7 % gestiegen

Gegenmaßnahmen

Um das Einkaufserlebnis vor Ort noch weiter zu verbessern und den lokalen Einzelhandel zu stärken, führt das Stadtmarketing verschiedenste Aktionen zur Belebung der Innenstadt durch:

➤ Veranstaltungen & Projekte:

- Ratingen Festival
- Rater Adventsleuchten
- Street Food Market
- Verkaufsoffene Sonntage & Late Night Shopping
- Schaufensterwettbewerbe
- Rater Einkaufsgutschein
- Parkkampagne
- Leerstandsmanagement
- InteK/ Lichtmasterplan
- Nette Toilette



Neben einer guten Erreichbarkeit und einem attraktiven Umfeld benötigt der Rater Einzelhandel insbesondere im Bereich der Digitalisierung Unterstützung:

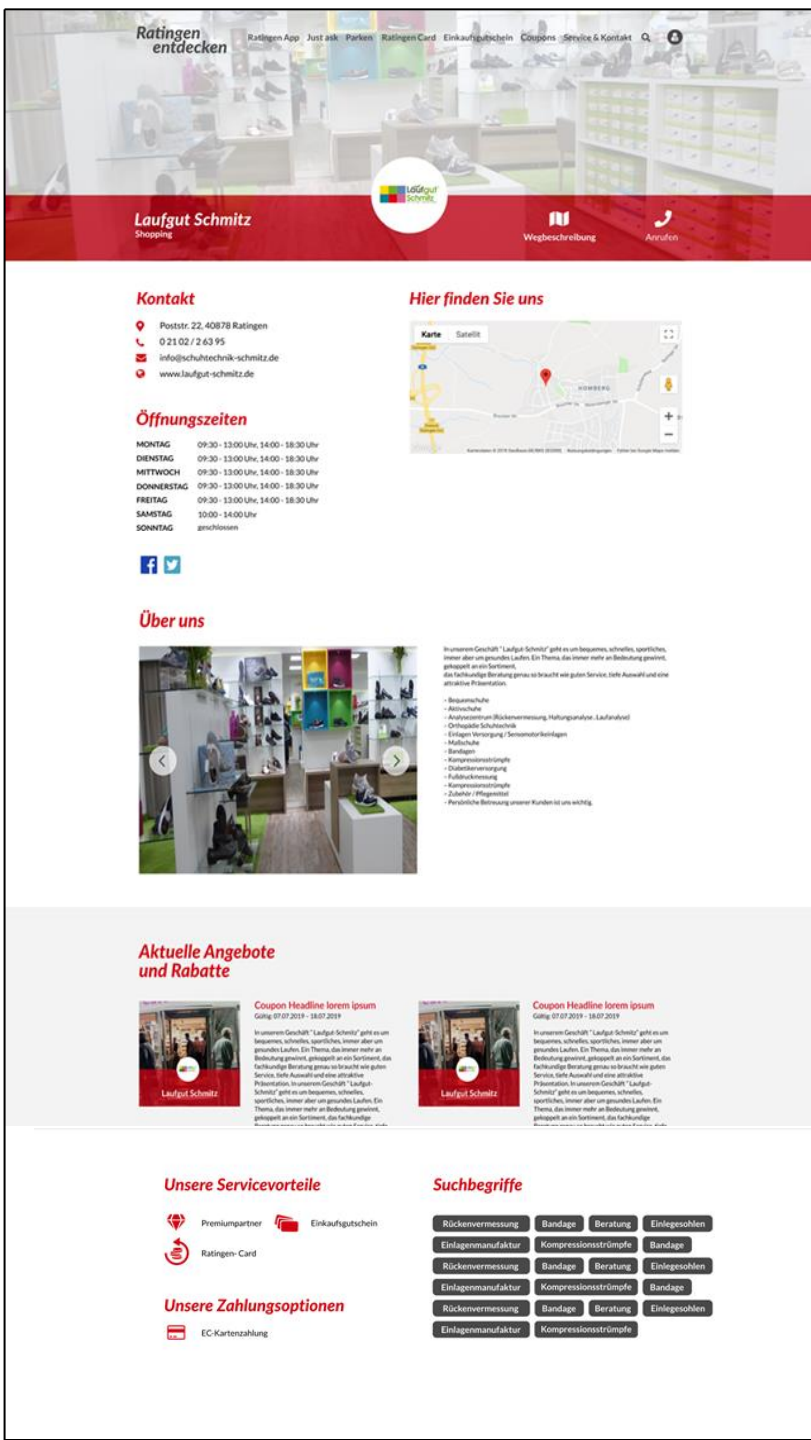
- Primär Betriebe des Facheinzelhandels haben aufgrund mangelnder Erfahrungen und begrenzt finanzieller Mittel eine Hemmschwelle für den Aufbau und den Betrieb von Online-Kanälen
- Um den Handel eine erleichterte Möglichkeit für den Multi- oder Cross-Channel zu bieten wurde der Dumeklemmer Hotspot (kostenloser Zugang zum öffentlichen WLAN) eingerichtet ; sowie ein starkes Glasfasernetz errichtet.
- Stadtmarketing bietet kostenlose Schulungen zum Thema E-Commerce an:
 - Die effektivsten Werbemaßnahmen
 - Storytelling im Social-Media
 - Digitales Wissens- und Kompetenzmanagement
 - Die richtige Kundenansprache und Vertrieb
 - Schaufenstergestaltung & Ladendekoration
 - Innovative Payment-Lösungen

2016 Einführung der „Ratingen App“ durch das Stadtmarketing:

- 18.000 App-User davon 93 % wiederkehrende User
- Alle relevanten Bereiche der Stadt in einer App:
 - Veranstaltungskalender mit Ticketfunktion
 - digitales Parkleitsystem, aktuelle Spritpreise
 - Einbindung des ÖPNV-Angebotes
 - Müll-Abfuhrtermine inkl. Erinnerungsfunktion
 - Online-Mängelmelder (geplant für Frühjahr 2020)
 - Around Me Funktion inkl. Navigation und Baustellenverzeichnis
 - Push Notification / (Notfall-) Nachrichten
 - Aktuelle Presseartikel & -mitteilungen
 - Produktsuche, Unternehmensporträts
 - Kostenloser und zeitgesteuerter Versand von Coupons an rd. 11.000 Empfänger
- Die wesentlichen Inhalte der App werden auch über die Webseite ratingen-entdecken.de dargestellt -> zur Verbesserung der Suchmaschinen Platzierung und der digitalen Auffindbarkeit in der Region.



Beispiel für Unternehmensporträt & Coupon in der App und auf der Seite ratings-entdecken.de



Erweiterung der Ratingen App - Das Förderprojekt

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

Daher haben die RMG und das IFH Köln am 20.04.2018 das Projekt:

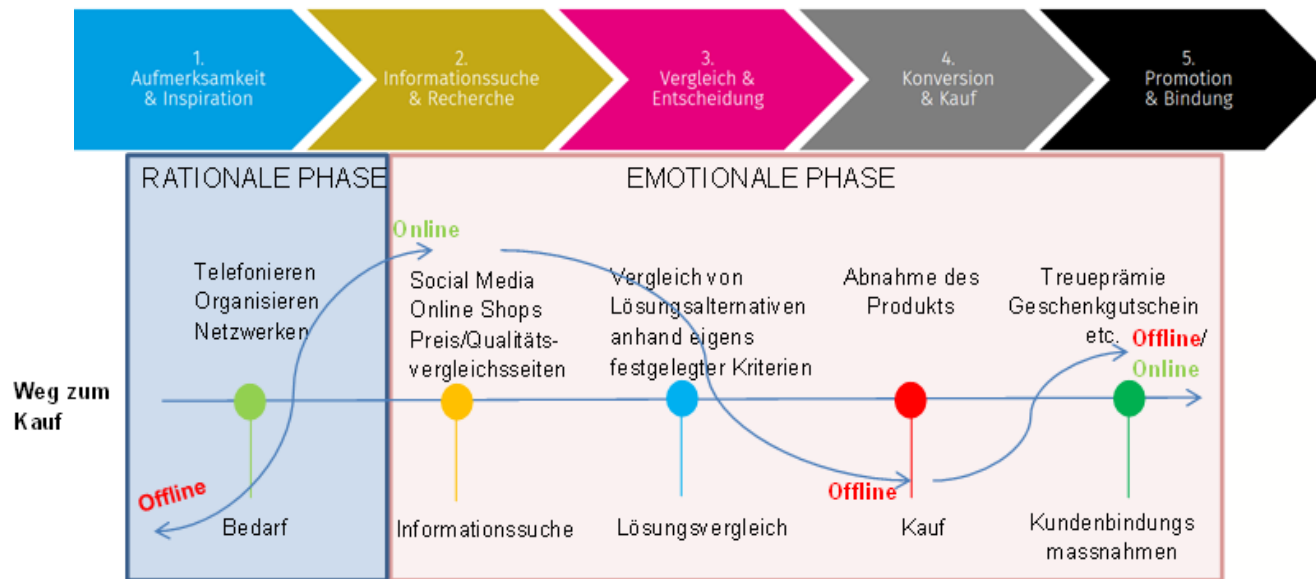
„Customer Journey 2.0. – Mit der Ratingen App kommunikativ und mobil noch näher an den Kunden in Ratingen rücken, oder wie die Ratingen App für eine bessere Kundenbeziehung eingesetzt wird“

beim zweiten Projektauftrag „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken - Digitalisierung im Handel jetzt umsetzen“ der Landesregierung NRW eingereicht, die damit innovative Projekte fördern und so den Wandel in der Branche unterstützen möchte.

Ziele des (Förder-) Projektvorhabens

Zur Steigerung der Attraktivität/ Nützlichkeit der Ratingen App für bestehende und potenzielle Nutzer soll die Ratingen App innerhalb des Förderprojektes um vier neue Funktionen ausgebaut werden mit dem Ziel:

- Die Zutrittshürden zum Handel und der Innenstadt abzubauen
- Besuchs- und Kaufanreize zu schaffen und somit Kaufkraftabflüssen aus Ratingen weiter entgegen zu wirken.
- Die Konsumenten entlang ihrer Customer Journey umfassend zu unterstützen und dabei den digitalen und stationären Einzelhandel zusammenzudenken
- Mehrwert in der Customer Journey des innerstädtischen Besuch zu offerieren



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, 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.

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 einen RFID-Chip, der bei Ein- und Ausfahrten von einer RFID Antenne erkannt wird, die mit der Parkschanke verbunden ist. Dabei werden die Ein- und Ausfahrtzeiten genau erfasst. Und auch das Anstehen am Automaten entfällt, denn der Kunde erhält am Ende des Monats ganz bequem eine Online-Rechnung.

Das 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 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 Unternehmen in Ratingen bargeldlos zahlen.

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 Rater Einkaufsgutscheins

Das erfolgreiche Rater 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 beliebigen Aufladebetrag 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.

➤ Projektstart war 01. April 2019

➤ 3 Phasen:

1. Ist-Analyse und Sollkonzept Phase

(04/2019 – 09/2019)

- Stakeholder Workshop am 18.06.2019

2. Entwicklung und Test Phase

(07/2019 – 07/2020)

3. Rollout, Monitoring & Evaluations Phase

(08/2020 – 03/2021)

- September 2020 Rollout aller vier neuen Funktionen für den Ratingen App User



Starke Partner an unserer Seite:

RATINGEN
MARKETING GMBH

In Kooperation mit:



Assoziierte Partner:

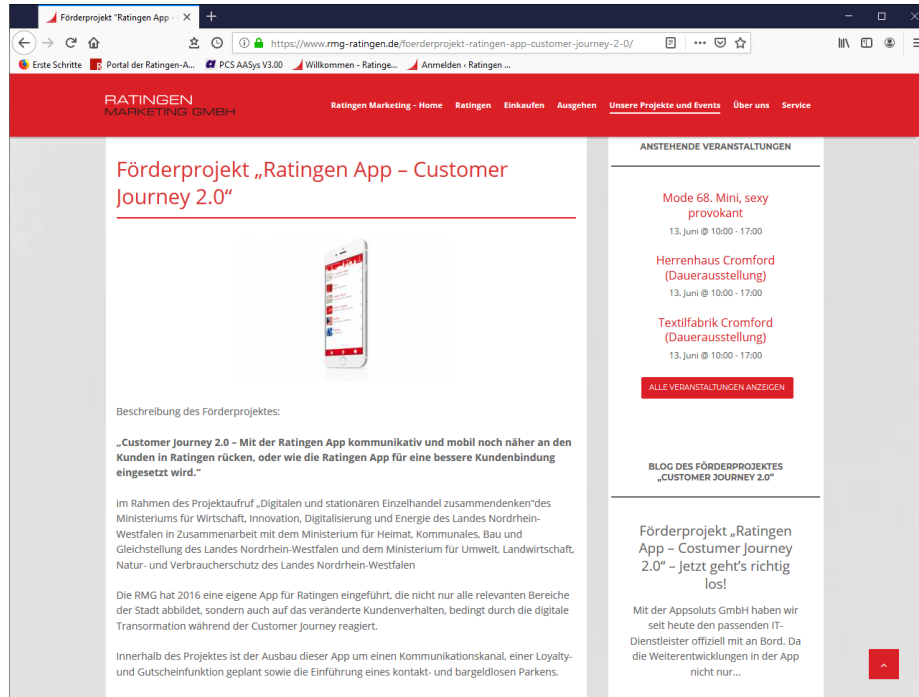


Werbe- und Interessensgemeinschaften der Stadt Ratingen



Bleiben Sie auf den Laufenden !

Wir bloggen jetzt:



<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 GmbH
Tel.: 0221/8436 – 0741
m.preissner@ifhkoeln.de