

Connected Commerce – ROPO im Online-Marketing

ROPO – Research Online, Purchase Offline bzw. Research Offline, Purchase Online

ROPO findet also für beide Richtungen statt. Zum einen wird das Interesse des Konsumenten an digitalen Touchpoints geweckt, im Ladengeschäft verstärkt, und dann erfolgt ein Kauf im Online-Shop. Zum anderen ist es ebenso möglich, dass nach einer Recherche im Web der Fachhandel vor Ort zum Kauf aufgesucht wird. Beide Seiten können also voneinander profitieren.

Research Online, Purchase Offline wird gerade in der heutigen Zeit immer wichtiger, da sich der User nicht nur im Internet bewegt, sondern auch immer öfter mobile unterwegs ist, in diesem Kontext kommen die Vorteile von ROPO umso besser zur Geltung.

Dies kann man zum Beispiel bei Best Practices aus dem Modebereich beobachten. Eine Mobile-App oder Responsive-Website erkennt, dass der User nicht zu Hause online gegangen ist, sondern mobile. Als empfängerspezifischer Service wird eine Reservierungsfunktion angeboten und die Ware kann ortsnah im Shop „um die Ecke“ abgeholt werden. Hieraus ergeben sich Vorteile: Die Ware kann direkt begutachtet, geprüft bzw. aus-/anprobiert werden, und mittels Beratungsleistung im Shop kann der Verkäufer zusätzliche Produkte anbieten. Das Resultat ist, dass der User in der Regel einen um den Faktor 2,3¹ höheren Warenkorbinhalt generiert als der reine Online-Shop-Käufer.

Hiermit lassen sich auch Versuche von großen Pure-Playern im Online-Handel erklären, die zunehmend mit Präsenzen vor Ort experimentieren. Zusammenfassend gilt also nicht nur für stationäre Händler, digitale Touchpoints zu berücksichtigen, sondern auch für (ehemalige) Pure-Player die Möglichkeiten der Erprobung von Präsenz, vor Ort auszuloten. Der Handel ist also erneut im Wandel – mit vielen Potenzialen für jene Händler, die den Connected Commerce verstehen und zu nutzen wissen.

Ergänzung zum Expertenvideo [Connected Commerce – ROPO im Online-Marketing](#) der Fokusgruppe Digital Commerce im BVDW

¹ Usama Abu-Pascha (Geschäftsbereichsleiter/Mitglied der Geschäftsleitung TWT Online Marketing GmbH) im Interview/Expertenvideo.

