

# Angst vorm Selbstservice-Kiosk?

## 5 Gründe, wieso Sie keine Angst haben sollten!



### Fünf Gründe, warum Sie mit Selbstservice-Kiosken gewinnen.

Konsumenten nutzen heute Selbstservice-Kioske tagtäglich - in Restaurants, in Läden, auf Flughäfen und selbst in Kfz-Zulassungsstellen mancher Länder. Selbstservice-Kioske mit Touchscreen-Bedienung sind in vielen Branchen unaufhaltsam auf dem Vormarsch. Denn Gäste und Kunden wollen Effizienz und Bequemlichkeit - also kaufen, was und wann sie möchten - mit oder ohne Unterstützung durch Personal.

Dennoch kann die Installation von interaktiven Kiosken äußerst schwierig erscheinen. Wenn Sie sich jedoch mit den Details vertraut machen, werden Sie schnell erkennen, dass das Gegenteil zutrifft - sie ist denkbar einfach. Hier finden Sie fünf Gründe, warum Sie mit Selbstservice gewinnen werden – und warum Ihr CFO oder die Finanzabteilung begeistert sein wird.



# 01

## Operationelle Effizienz

Manche reißerischen Schlagzeilen schüren Ängste vor Automatisierung, Weltherrschaft von Robotern und Arbeitsplatzverlust. In der Realität bedeuten sie jedoch nur eine Veränderung in der Art, wie wir arbeiten. Auch bei praktischen Touchscreens im Eingangsbereich eines Ladens geht es nicht um Reduzierung des Personals, sondern um Präzisierung, was die Angestellten dem Kunden präsentieren sollen.

Statt an einer Stelle vor einer langen Schlange von Kunden stehen zu müssen, haben Ihre Angestellten dank Touchscreen-Kioske mehr Zeit, um mit dem Kunden zu kommunizieren, mehr Mahlzeiten zuzubereiten oder Tische abzuräumen. Dank der erhöhten Effizienz können sie sich vor allem um das Wichtigste kümmern: die Interaktion mit Ihren Kunden.

Mit Selbstservice-Kiosken können sie zudem Stoßzeiten besser beherrschen, wie diese hektischen (aber auch willkommenen) Momente, wenn z. B. ein Konzert endet und die Schlange sich fast um den Block hinzieht. Eine Schlange ist gut, aber nur wenn man in ihr schnell vorwärtskommt. Anderenfalls gehen die Kunden einfach weg. Falls Sie nun mehrere Maschinen zur Aufnahme der Bestellungen bereitstellen haben, können Ihre Angestellten mehr auf die Lieferung der Dienstleistungen fokussieren. Der Vorteil: besserer Kundenservice und weniger Engpässe, die die Verkaufszahlen beeinträchtigen können.

Untersuchungen haben gezeigt, dass Selbstservice-Kioske die Wartezeiten der Kunden in Schlangen reduzieren. Fluggesellschaften

konstatierten beim Servicezeitaufwand eine Reduzierung von 60 Sek./Passagier, als sie Selbstservice-Kioske installierten. Restaurants wiederum berichteten, dass sich mit Kiosken die Zeiten zur Aufnahme von Bestellungen um beinahe die Hälfte verminderten. Zudem weisen neueste Untersuchungsergebnisse nach, dass Fastfood-Ketten, die Selbstservice-Kioske einsetzen, ihren Servicezeitaufwand ausreichend reduzieren konnten, um ihren Marktanteil um 1 bis 3% zu steigern.

Was ist letztendlich das Wichtigste für die Kunden? Schnellerer, aufmerksamerer Service? Oder dem Angestellten an der Kundentheke selber erklären, dass Sie Anchovis auf der Pizza wünschen? Sie haben es erraten ...



Ihre Touchscreens können Ihre Kundenbindung und Wettbewerbsposition verbessern, z. B. durch Botschaften wie „wir verwenden ausschließlich Biofleisch von regionalen Bauern!“. Außerdem können die Touchscreens der Kundentransaktion einen ganz persönlichen Touch verleihen - z. B. indem man Kunden ihren Burgern einen eigenen Namen geben oder den neuen Sneakern ein ganz persönliches Muster hinzufügen.

## 02

## Selbstservice-Kioske verändern das Kundenverhalten und erhöhen den Umsatz

Studien haben ergeben, dass Selbstservice-Technologien sich positiv auf das Verhalten und Agieren der Kunden auswirkt. Was passiert, wenn Sie die Interaktion zwischen Kunde und Personal entfernen? Soziale Ängste und Druck reduzieren sich und die Bereitschaft Geld auszugeben erhöht sich. Beachten Sie hierzu die Forschungsergebnisse der Duke University, USA, und der National University von Singapur: Sobald ein Spirituosen-Geschäft Selbstservice-Kioske einführt, verzeichnete es bei Produkten mit schwer auszusprechenden Namen eine Umsatzsteigerung von 8,4%. Der Grund: Kunden haben Angst, sich vor dem Personal mit falscher Aussprache zu blamieren. Das sind z. B. für Gewürztraminer-Anbieter in den USA gute Nachrichten.

Ein weiterer Vorteil: Sie können zu Zusatzkäufen animieren (Upselling), ohne aufdringlich zu erscheinen. Fastfood-Anbieter, Restaurantketten und Theater-/Kinobetreiber, die Touchscreen-Bestellung und -Reservierung einführen, verbuchten eine Steigerung der Bestellungen oder Ticketverkäufe von 20 bis 30%.

Kioske vergessen natürlich nie, Zusatzverkäufe zu fördern, aber auf eine Weise, die nicht als aufdringlich empfunden wird. Ryan Buell, ein Forscher an der Harvard Business School, der die Schnittstelle zwischen Betrieb und Kundenverhalten untersucht, vermutet einen einfachen Grund. Der Kunde am Kiosk kann einen Supersize-Drink oder eine Supersize-Portion verlangen, ohne sich irgendwie schuldig zu fühlen - kein abwertender Blick vom Thekenpersonal, keine Schuldgefühle. Kioske vereinfachen das „Upselling“, wodurch Kunden eben doch noch ein zusätzliches Getränk oder das Dessert ordern, von dem sie gar nicht wussten, dass sie es wollten. Fastfood-Ketten haben beobachtet, dass Kunden bei Animierung durch den Kiosk zusätzliche Zutaten wählten - die zumeist zwischen 30 und 70 Cents kosten. Eine große Burgerkette fand zudem heraus, dass Kunden, die ursprünglich auf ein Getränk verzichten wollten, auf das Angebot vom Kiosk hin, doch eines bestellten. Der Kiosk eliminiert sogar die Scham, für einen Nachschlag zurückzukehren oder Desserts zu bestellen. Und für Kinder ist dies doch eine großartige Belohnung am Ende des Besuchs.



## 03

## Kein Training erforderlich

Die Installation von Selbstservice-Kiosken erscheint zunächst als große Herausforderung: Müssen wir bei Installation nicht auch Mitarbeiterschulungen durchführen und IT-Teams einstellen, um die Software zu integrieren (und sie regelmäßig zu aktualisieren)? Denn ohne funktionierende Kioske können die Leute kein Essen bestellen ... Doch die heutigen Self-Service-Kioske lassen sich nahtlos ins Geschäft integrieren, da Programmierung und Aktualisierung über einen zentralen Server zur Geräteverwaltung erfolgen - diese Arbeit erfordert nicht einmal den Besuch von Technikern. Auch die Installation und der Betrieb dieser Systeme verlangen keine übergroßen technischen Vorkenntnisse. Und wenn Sie bereits über eine Bestell-App für Mobiltelefone verfügen, haben Sie das meiste schon parat.

Und überfordern die Kioske nicht die Kunden? Absolut nicht. Schließlich blicken die Leute bis zu 250 Mal am Tag auf Ihr Smartphone. Daher ist das Eintippen ihrer Kaufentscheidungen auf einem größeren Touchscreen für sie überhaupt kein Problem. Eine Einweisung ist also gar nicht erforderlich. Ihre Kunden sind bereit und warten ungeduldig auf diese Option.

### WUSTEN SIE DAS?

Android OS ist führend, wenn es um die Bereitstellung und Verwaltung von Geschäftsanwendungen geht, die auf Self-Service ausgerichtet sind. Android hat sowohl Endnutzer- als auch Business-Versionen. Daher benötigen Sie einen Branchenexperten wie Elo an Ihrer Seite, um sicherzustellen, dass Sie ein System mit langfristiger Hard- und Softwarepartnerschaft bekommen.

[Hier ein Video mit einem Praxisbeispiel](#)



# 04

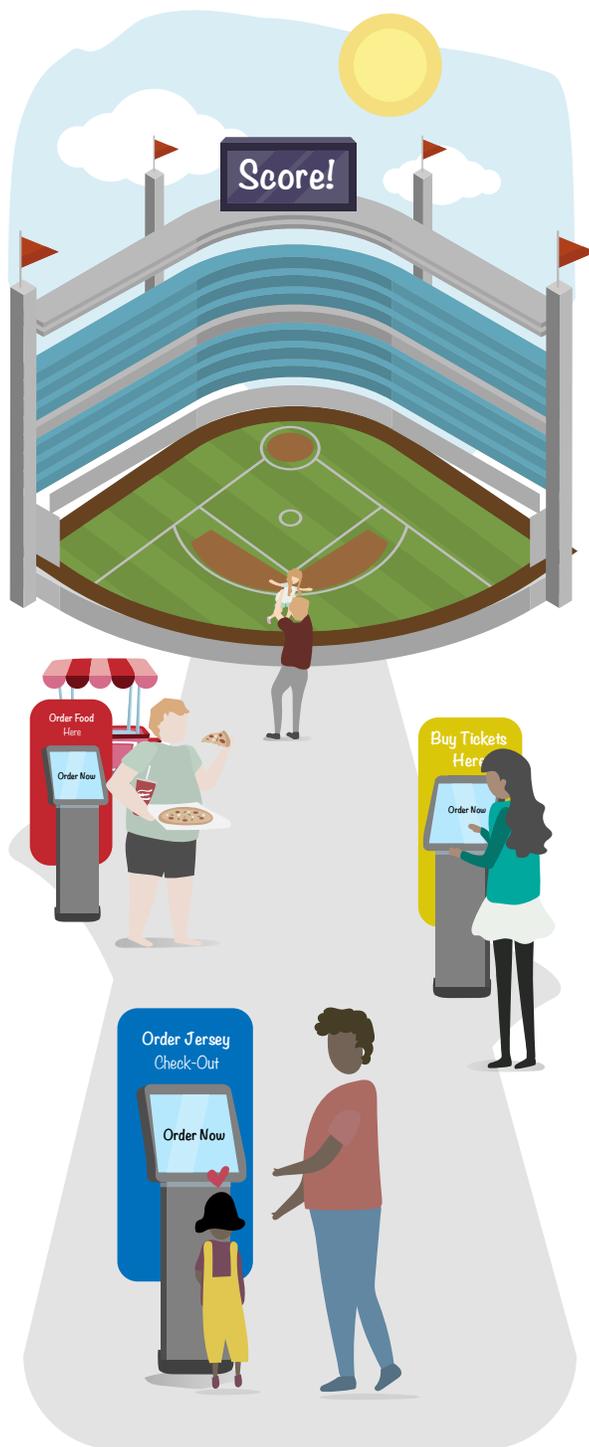
## Verkauf kennt keine Grenzen

Eine einsame Mitarbeiterin steht hinter einer Theke und wartet darauf, dass Kunden vorbeikommen, damit sie auf eine Tastatur tippen kann. Klingt das besonders nach dem 21. Jahrhundert? Wohl nicht. Mit Kiosken können Verkaufsstellen oder Point-of-Sales" dort sein, wo Ihre Kunden sich aufhalten - nicht nur dort, wo Sie sie erwarten.

Ein bekanntes, professionelles Football-Team verzeichnete einen Aufschwung in seinen Fanartikel-Geschäften der Innenstadt, als es zusätzliche Kioske einrichtete, an denen die Fans Mannschaftstrikots im Stadion, in der Nähe ihrer Sitzplätze oder neben den Lebensmittelverkäufern kaufen konnten. Während das Geschäft in der Innenstadt dank seines hohen Bekanntheitsgrades und der hohen Besucherfrequenz florierte, steigerten die Kioske im Stadion, an denen die Besucher ihre Lieblingskappen und -trikots bestellen konnten, den Umsatz noch weiter. Die Fans im Stadion mussten nicht mehr in den geschäftigen Laden in der Innenstadt pilgern, um sich den Vereinsschal zu schnappen - jetzt mussten sie nur noch den Kiosk besuchen. Der Impulskauf wird an ihr Haus geliefert - keine Menschenmassen in der Innenstadt, keine Jagd nach teuren Parkplätzen, kein Aufwand. Dennoch zog das Geschäft die Aufmerksamkeit der Fans in dem besonderen Moment auf sich, als sie am meisten begeistert waren.

Das Gleiche gilt für Aufgaben, die noch mehr Kopfschmerzen und Ärger bereiten. Anstatt zum zuständigen Kraftverkehrsamt zu fahren und Schlange zu stehen, um einen Führerschein zu erneuern, können US-Bürger ihn nun problemlos auf Flughäfen oder Bahnhöfen verlängern. Eine breite Palette staatlicher Dienstleistungen, von denen viele tendenziell lange Warteschlangen und längere Wartezeiten mit sich bringen, ließen sich damit möglicherweise überall, also an jedem öffentlichen Ort realisieren. Damit lassen sich administrative Aufgaben für den Bürger leichter wahrnehmen und diese Verpflichtungen nehmen weniger wertvolle Zeit in Anspruch.

Aber Halt - gibt es da nicht eine App für all das? Apps bieten sicher wertvolle Möglichkeiten, wie z. B. die Integration in Kiosken. Aber Selbstservice-Kioske bieten etwas, was Telefone allein nicht können: eine sichtbare Erinnerung, eine physische Aufforderung, etwas zu kaufen oder Angelegenheiten zu erledigen - ohne von den Kunden wertvollen Telefon-Speicherplatz zu verlangen. Die Botschaft hier? Gehen Sie zu den Leuten, anstatt auf sie zu warten.



# 05

## Kioske verstehen und erfreuen Kunden

Kioske erlauben nicht nur Upselling von Produkten, sondern bieten zusätzliche Einsichten in Ihre Marke und Produkte. Sie bieten einzigartige Möglichkeiten, individuelle Kunden zu erkennen, wodurch sich diese besonders gewürdigt fühlen und Sie sie mit einer personalisierten Erfahrung vereinnahmen können. Kunden können ihre Sandwiches oder Burger voll personalisieren - Parmesan-Raspeln oder Pilze? Kein Problem.

Diese Personalisierung geht weit über simple Taco-Toppings oder Beläge hinaus. Dank Funktionalitäten wie Gesichtserkennungssoftware und Kundenkarten lernen Kioske Ihre Kunden „persönlich“ kennen. So könnte beispielsweise ein Kiosk automatisch Stammkunden identifizieren und ihre Angaben sowie impliziten Geschmäcker und Vorlieben verstehen. Das Aufspüren impliziter Geschmäcker ist unter den vielen Menschen, die im Einzelhandel (oder anderswo) arbeiten, kein alltägliches Talent. Smarte Kioske repräsentieren jedoch ein weiteres potenziell leistungsfähiges Verkaufstool für den Einzelhandel.

Mit einem spielerischen Ansatz wird das Einkaufen zu einer (angenehmen) wettbewerbsmäßige Aktivität. Durch das Einlesen von Kundenkarten oder das Scannen von Handys am Kiosk können Kunden Punkte sammeln, die sich in Rabatte und spezielle (und personalisierte) Verkaufschancen verwandeln. Diese Art von Bindung ist eine Goldmine hinsichtlich der Markentreue und fördert gleichzeitig den lokalen Umsatz.

Dann ist da noch die Frage des unbegrenzten Sortiments, oft als „Endless-Aisle“ bezeichnet. Keine Angst mehr, dass ein Kunde in Ihrem Geschäft nur recherchiert und dann woanders einkauft. Touchscreens können die vielfältigen Farb-, Stoff- und Stilvariationen der einzelnen Produkte darstellen - von allen 48 Farbkombinationen für ein Paar Sneaker bis hin zu den Personalisierungsmöglichkeiten bei einem Sporttrikot. Der Möbel-Showroom ist zu klein für Ihr Sortiment? Kein Problem! Kioske veranschaulichen Ihren Kunden das vollständige Angebot von Stilen und Farben für die gerade gesuchte moderne Sessel- und Sofareihe. Dank des Kiosks können Kunden Artikel finden, die sie sonst vielleicht nie gekauft hätten.

Kioske repräsentieren somit einen wichtigen Teil der Einzelhandelszukunft. Da sie die Mitarbeiter befreien, um wirklichen Mehrwert zu erwirtschaften, anstatt nur Knöpfe auf einer Registerkasse zu drücken, realisieren Kioske mehrere wichtige Ziele. Kioske optimieren Personalstunden und -aufwand. Sie verbessern den Service und verkürzen Wartezeiten. Und Sie eliminieren emotionale Barrieren, wie Schuldgefühle beim Kunden, die den Kunden vom Konsum abhalten können.

**Einschüchternd?**  
**Nie!**  
**Befreiend?**  
**Absolut!**  
**Profitabel?**  
**Immer!**

