



Content & Data als  
Erfolgsfaktoren im E-  
Commerce



**Tim Rymarczyk**  
*Partner Manager*

# Der E-Commerce von Heute

- ChatGPT ist auf dem Vormarsch
- AI wird in Zukunft einiges erleichtern
- Wer hat ChatGPT schon genutzt?
- Wer benutzt es bereits im Onlineshop?
- Wer das nicht macht, ist bald abgehängt!



**ARTIFICIAL INTELLIGENCE**  
**IN ECOMMERCE**





# Der E-Commerce von Heute



- AI und AR sind die Zukunftstechnologien
- Wer war schon mal im Metaverse?
- Wer wirbt hier schon im Metaverse?
- Wer das nicht macht, ist bald abgehängt!

# Der E-Commerce von Heute

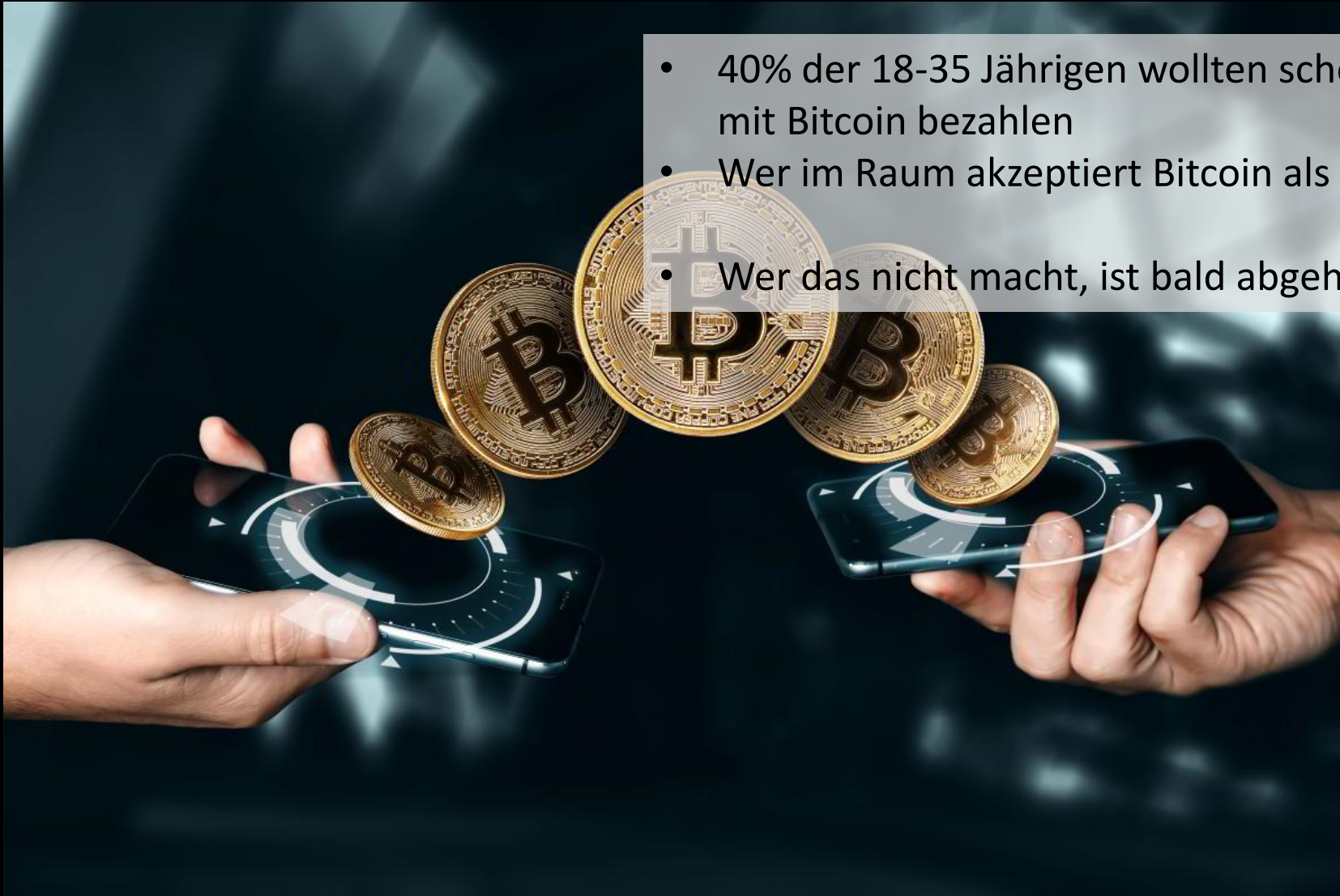


- Drohnenlieferungen sind noch sehr selten
- Wer hat denn schon mal bei Amazon nach „prime“ sortiert?
- Wer bietet im Shop eine „next-day“ Lieferung an?
- Wer bietet eine Same-Day Lieferung an?
- Wer das nicht macht, ist bald abgehängt!



# Der E-Commerce von Heute

- 40% der 18-35 Jährigen wollten schon 2022 mit Bitcoin bezahlen
- Wer im Raum akzeptiert Bitcoin als Zahlungsmittel?
- Wer das nicht macht, ist bald abgehängt!



## Der Markt:

- Der Markt sagt: das ist die Realität und ihr müsst sofort etwas machen!



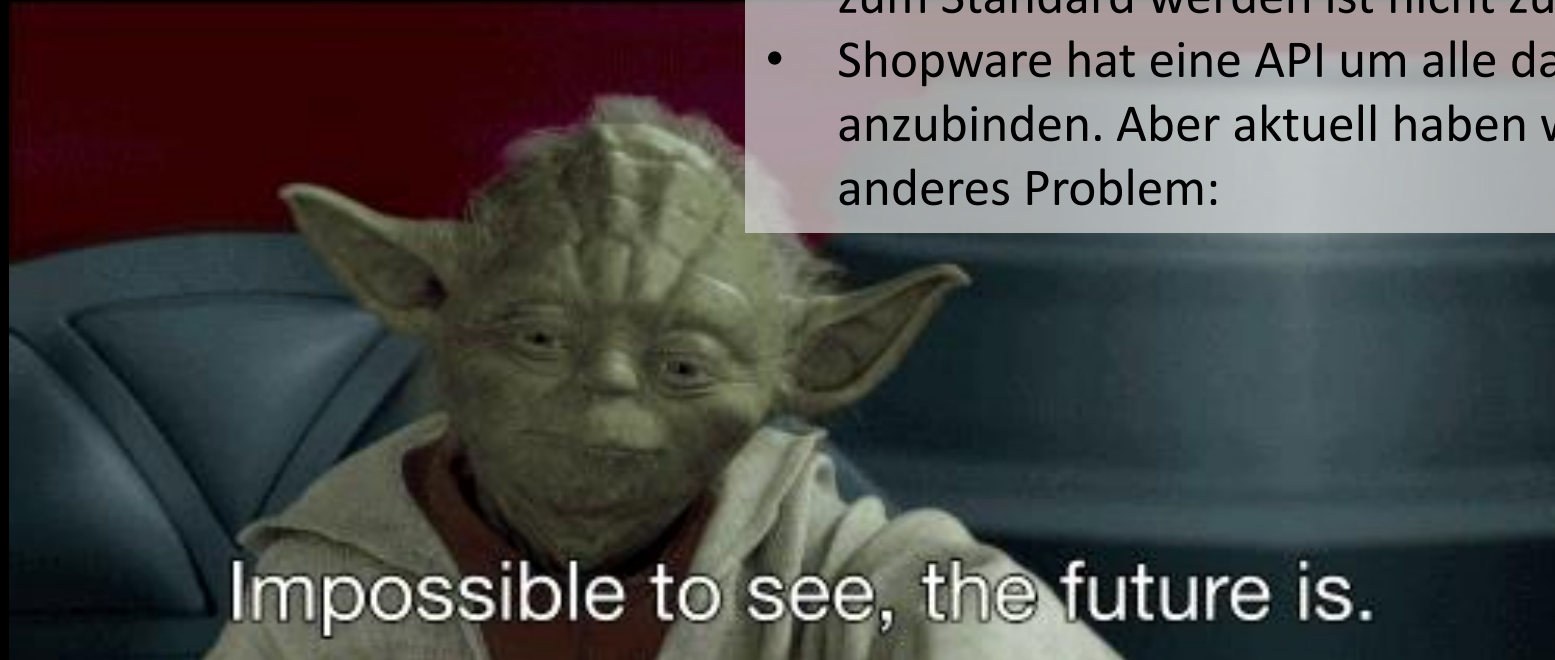
# Der Handel:

- Der Handel reagiert hier oft mit Schock-Starre



# Und nun?

- Eigentlich ist das auch alles großes Buzzword-Bingo. Ob in der Zukunft AI und Drohnenlieferung zum Standard werden ist nicht zu sagen.
- Shopware hat eine API um alle das später anzubinden. Aber aktuell haben wir eigentlich ein anderes Problem:





# Das echte Problem:

- Warum liegt die Conversion-Rate im Handel bei 20% bis 40%?



Conversion Rate  
20% - 40%

# Das echte Problem:



- Gefühlt sieht der E-Commerce noch so aus.
- Es geht viel um Effizienz, Verfügbarkeit und beste Preise.
- Aber so sehen Ladengeschäfte auch schon nicht mehr aus!

Conversion Rate  
20% - 40%



# Das echte Problem:

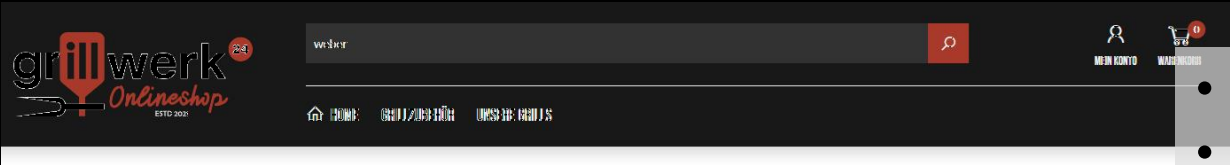
- Heutzutage geht es um Einkaufserlebnisse
- Der Kunde steht im Mittelpunkt nicht die Effizienz im Geschäft.



Conversion Rate  
20% - 40%



# Das eCommerce Problem











- Der Onlinehandel „eiert“ noch bei 2%-5% rum
- Warum haben wir nur 1/10 vom Ladengeschäft?

ZU "WEBER" WURDEN 38 PRODUKTE GEFUNDEN

Hersteller:  Preis:  Versandoptionen:

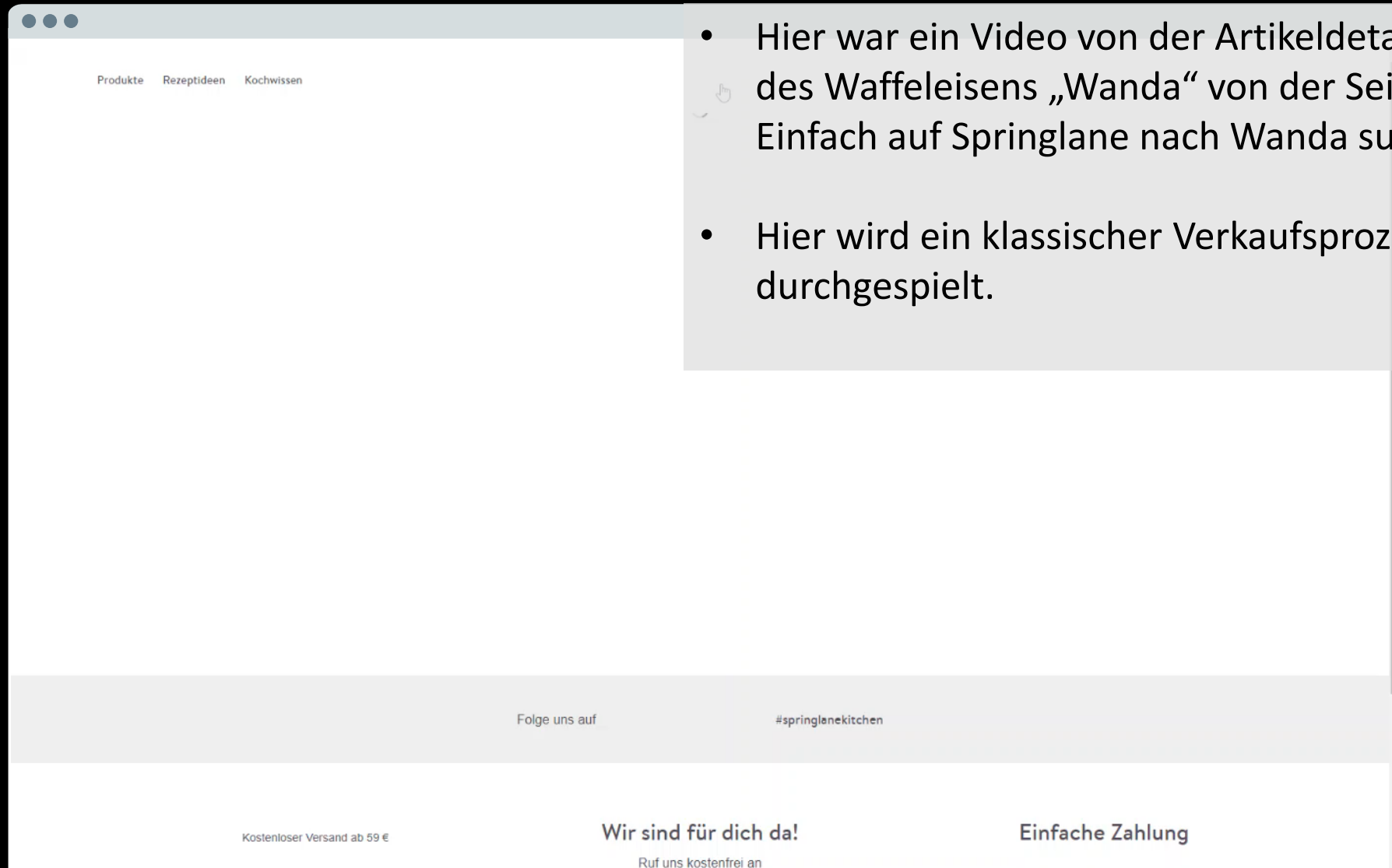
1

Filtern & anwenden

 <p>★★★★★ WEBER HOLZKOHLEGRILL PARIFORMA DELUXE</p> <p>455,00 €*</p>	 <p>★★★★★ WEBER ELEKTROGRILL Q 1400 DARK GREY</p> <p>183,98 €*</p>	 <p>★★★★★ WEBER HOLZKOHLEGRILL MASTER TOUCH PREMIUM</p> <p>298,95 €*</p>	 <p>★★★★★ WEBER STAND-BECKENGRILL Q 2100 DARK GREY</p> <p>399,99 €*</p>
 <p>★★★★★ WEBER GASGRILL Q 2200 BLACK</p>	 <p>★★★★★ WEBER HOLZKOHLEGRILL MASTER TOUCH CLASSIC</p>	 <p>★★★★★ WEBER GASGRILL Q 3000 TITAN MIT 2 BRENNERN</p>	 <p>★★★★★ WEBER GASGRILL SPIRIT II LX 22.5 SELLMARKT</p>

Conversion Rate  
2% - 5%

# Was können wir tun?



- Hier war ein Video von der Artikeldetailseite des Waffeleisens „Wanda“ von der Seite Springlane. Einfach auf Springlane nach Wanda suchen.
- Hier wird ein klassischer Verkaufsprozess per Content durchgespielt.

# Was können wir tun?



- Datenqualität
- Schnittstellen



- Live Shopping / Guided Shopping
- Mehr Content auf der Detailseite
- Kundenspezifische Inhalte



- Bevor wir uns um Metaverse und Krypto Zahlung kümmern, sollten wir mehr Liebe in den E-Commerce fließen lassen.

