DOSENBACH lanciert mit LUSY

neue digitale Mitarbeiterin

Dietkon, 05.05.2022

Der führende Schweizer Schuhhändler investiert mit einer neuen digitalen Mitarbeiterin weiter in sein breit ausgerolltes Self-Service-Angebot und bietet seiner Kundschaft so ein noch besseres Einkaufserlebnis.

Am 3. Mai 2022 lanciert DOSENBACH seine neue digitale Verkaufsassistentin LUSY in der Filiale im Einkaufszentrum Rosenberg in Winterthur und setzt somit weiterhin auf die Digitalisierung des stationären Handels. Neben bereits 260 bestehenden Self-Service-Stationen in rund der Hälfte des bestehenden Filialnetzes wird das In-Store-Erlebnis in einem Pilotprojekt nun aktiv weiterentwickelt: Mit LUSY gibt DOSENBACH den längst etablierten Selbstbedienungsterminals nun erstmals bewusst einen Namen und schafft durch die Personifizierung noch mehr Nähe zum Kunden. Dabei steht LUSY für «Let Us Support You».

Die neue digitale Mitarbeiterin beantwortet die gängigsten Kundenfragen wie zum Beispiel «Haben Sie diesen Schuh noch in einer anderen Grösse?» oder «Gibt es dieses Modell auch in einer anderen Farbe?». Indem Kunden den Strichcode des Schuhs scannen, können sie sich über den gewünschten Artikel informieren. Als digitales Hilfsmittel macht LUSY den Käufern zudem das gesamte Online Exclusive Angebot zugänglich und lässt sie somit aus dem ganzen DOSENBACH-Bestand wählen. Der Schuh wird dabei versandkostenfrei und innerhalb von 24 Stunden direkt nach Hause geliefert.

DOSENBACH treibt seine Omnichannel-Strategie weiter voran

Mit der Einführung der digitalen Verkaufsassistentin macht DOSENBACH als Omnichannel-Anbieter einen weiteren wichtigen Schritt in die Zukunft. Im Zuge der Digitalisierungswelle wurden in diesem Jahr auch alle Mitarbeitenden in den Filialen mit einem iPhone ausgerüstet. Intern entwickelte Apps unterstützen das Verkaufspersonal in der Bewerkstelligung täglicher Arbeiten im Filialgeschäft. Arbeitsprozesse werden somit zunehmend digitalisiert und effiziente Arbeitsabläufe sichergestellt. Der Schuhhändler setzt nachhaltig auf die Digitalisierung seiner Filialen und reagiert damit auf das zunehmende Konsumentenbedürfnis kanalübergreifend einzukaufen: «Wir wollen unseren Kunden durch die Vernetzung von stationärem Angebot und dem Online-Angebot ein nahtloses Einkaufserlebnis und noch mehr Service bieten», hält CEO Jürgen Pinggera fest.

Neben einem modernen Ladenbaukonzept mit ansprechenden Highlight-Elementen, grossen Screens und einer hochwertigen Präsentation der Artikel bieten die Omnichannel-Elemente der DOSENBACH Stores direkten Zugang zum erweiterten Online-Sortiment mit über 1’000 zusätzlichen Artikeln.

DOSENBACH gehört zur DEICHMANN-Gruppe. Die DEICHMANN SE mit Stammsitz in Essen (Deutschland) wurde 1913 gegründet und befindet sich zu 100 Prozent im Besitz der Gründerfamilie. Die Unternehmensgruppe ist Marktführer im europäischen Schuheinzelhandel und in 31 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt über 41.000 Mitarbeiter und betreibt mehr als 4.200 Filialen sowie 40 Onlineshops. Unter dem Namen DEICHMANN werden Filialen geführt in Deutschland, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Dänemark, Dubai (mit einem Franchise-Partner), Estland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Kroatien, Kuwait (mit einem Franchise-Partner), Lettland, Litauen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Russland, Schweden, Serbien, der Slowakei, Slowenien, Spanien, Tschechien, der Türkei und Ungarn. Darüber hinaus ist die Gruppe vertreten in der Schweiz

(Dosenbach/Ochsner Shoes/Ochsner Sport), in den Niederlanden und Belgien (vanHaren) sowie in den USA (Rack Room Shoes/Off Broadway). Mit der MyShoes SE ist das Unternehmen in Deutschland, Österreich und Polen vertreten. Zum Unternehmen gehört auch die SNIPES-Gruppe mit Filialen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Spanien, Portugal, den USA und Italien. Zudem bietet DEICHMANN in China mit einem Partner über die Online-Plattform T-Mall Global eine Auswahl seines Sortiments an.