



Jörg Kolossa
Geschäftsführer Modehaus Kolossa

Den nötigen Push geben

Intern und extern wurde die Kommunikation bei Modehaus Kolossa vergangenes Jahr mithilfe von Apps auf eine neue digitale Basis gebracht. Inhaber Jörg Kolossa ist zufrieden und teilt seine Erfahrungen auf dem BTE-Kongress Fashion-Emotion 4.0.

Während direkt vor dem Vortrag von Jörg Kolossa, Modehaus Kolossa, Nienburg, der Song Easy von Cro lief, scheint die Digitalisierung im Einzelhandel nicht ganz so easy zu sein. Modehaus Kolossa hat die interne und externe Kommunikation mit einer Kunden- und einer Mitarbeiter-App in den vergangenen

Jahren auf eine digitale Basis gestellt. Obwohl die Bühne laut seiner Aussage nicht sein zuhause sei, wollte Inhaber Jörg Kolossa seine Erfahrungen mit den Tools auf dem BTE-Kongress teilen. Im März 2022 wurde die Kunden-App Kolossa gelauncht, später im Jahr die Mitarbeiter-App Kurt.

Dort sein, wo der Kunde hinschaut

Die von der Werbeagentur Hutter & Unger konzipierte Kolossa-App haben in den letzten eineinhalb Jahren rund 6.000 Kundinnen und Kunden heruntergeladen. Sie lassen sich zum Großteil auch direkt vom Geschäft ansprechen: 83% der User haben eingestellt, dass sie sich Push-Nachrichten vom Modehaus Kolossa auf ihrem Handy anzeigen lassen. Man erreicht die Menschen also auf dem Startbildschirm des Handys, auf das sie ihre Aufmerksamkeit mehrmals täglich richten. Das ist ein direkterer Draht als Postkarten, die übersehen oder weggeschmissen werden und die Basis für die automatischen Kampagnen. Zu festgelegten Situationen werden entweder alle (zum Beispiel bei Event-Ankündigungen) oder einzelne User (zum Beispiel bei Geburtstagswünschen) per Push-Nachricht kontaktiert. So ist das Modehaus immer wieder präsent. „Auto-Kampagnen machen keine Arbeit“, fasst es Kolossa zusammen. Sobald die Kampagnen vorbereitet sind, sorgen sie immer wieder für Kundenkontakt. Der Anwender kann sich dann darauf konzentrieren, den Erfolg dieser Kampagnen zu messen. Für jede Kampagne lässt sich einsehen, welchen Umsatz sie macht. Das Ergebnis ist graduell einteilbar in verschiedene Kundengruppen wie Stammkunden oder Neulinge. So lässt sich feststellen, wie viele Personen welcher Kundengruppe auf die Aktion reagiert haben, wie groß ihr Bon war und wie viel Geld die Aktion insgesamt einbrachte. Die Kampagnen bringen aber nicht nur Umsatz, sondern auch wertvolles Feedback. Einen Tag nach dem Kauf im Laden geht über das Handy eine Bitte um Feedback raus. Immerhin 6,6% füllen diesen Feedbackbogen aus und geben hilfreiche Rückmeldungen darüber, wie die Kundinnen und Kunden das Angebot und den Service wahrnehmen. Rund ein Viertel dieser 6,6% füllt dann auch noch das freie Feedbackfeld mit konkreten Ideen oder Verbesserungsvorschlägen aus.

Hier kommt Kurt

Auch die Mitarbeiter-App Kurt, dessen Name die Belegschaft gemeinsam gewählt hat, hat Prozesse effizienter gemacht. Diese wurde gemeinsam mit dem Anbieter Ik-Up konzipiert und soll den Mobile-First-Ansatz auch beim Austausch im Unternehmen durchsetzen. So können die Mitarbeitenden an jeder Stelle erreicht werden, egal ob sie einen festen Platz haben oder nicht, ob sie auf einer Geschäftsreise sind oder auf der Fläche. Wie bei den Endverbrauchern soll auch Kurt dafür sorgen, die Mitarbeitenden dort zu kontaktieren, wo sie am besten erreichbar sind – am Handy. Wichtige oder kurzfristige

Neuigkeiten werden per Push auf die Startbildschirme gespielt. Als besonders wertvoll haben sich im Modehaus Kolossa die klaren Rubriken herausgestellt, nach denen Informationen sortiert und schnell gefunden werden. Im Kalender können wichtige Termine immer wieder nachgeschlagen werden, im Newsfeed, der sich optisch an journalistischen Angeboten orientiert, werden unternehmensinterne Neuigkeiten ansprechend präsentiert. Dank einer Schnittstelle zur Bilddatenbank Pixabay können die Nachrichten ohne viel Aufwand mit passenden Bildern versehen werden. Wie auch gegenüber den Kunden bietet die Mitarbeiter-App einen niedrighwelligen Rückkanal. Mit einem Formular für Krankenschreibungen sollen diese reibungslos vonstattengehen, wobei bei Bedarf immer schnell zum persönlichen Gespräch gewechselt werden kann. Auch können Mitarbeiter über die App ihre Ideen für den Arbeitsalltag einreichen, die gesammelt und ausgewertet werden. ■

Christopher Mastalerz

Jörg Kolossa erklärt, wie im Modehaus Kolossa die interne und externe Kommunikation dank der Nutzung von zwei Apps schneller und besser funktioniert.

