

Hamburg, 2023

KI@Retail & Brands: Gekommen um zu bleiben

Vorgehensvorschlag zum proaktiven Umgang mit KI-induzierten Chancen und Bedrohungsszenarien anhand von konkreten Anwendungsfällen



Jetzt für die KI-Zukunft wappnen!

Wir helfen Ihnen dabei, **KI-induzierte Chancen und Bedrohungsszenarien** zu verstehen, **wirksame Anwendungsfälle** zur Hebung von Kosteneffizienz- und Umsatzpotentialen entlang der Omnichannel-Wertschöpfungskette zu **identifizieren** und in Ihre **Gesamtstrategie** zu integrieren.



KAPITEL

01 AUSGANGSSITUATION

02 UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

03 INFRONT PROFIL

KAPITEL

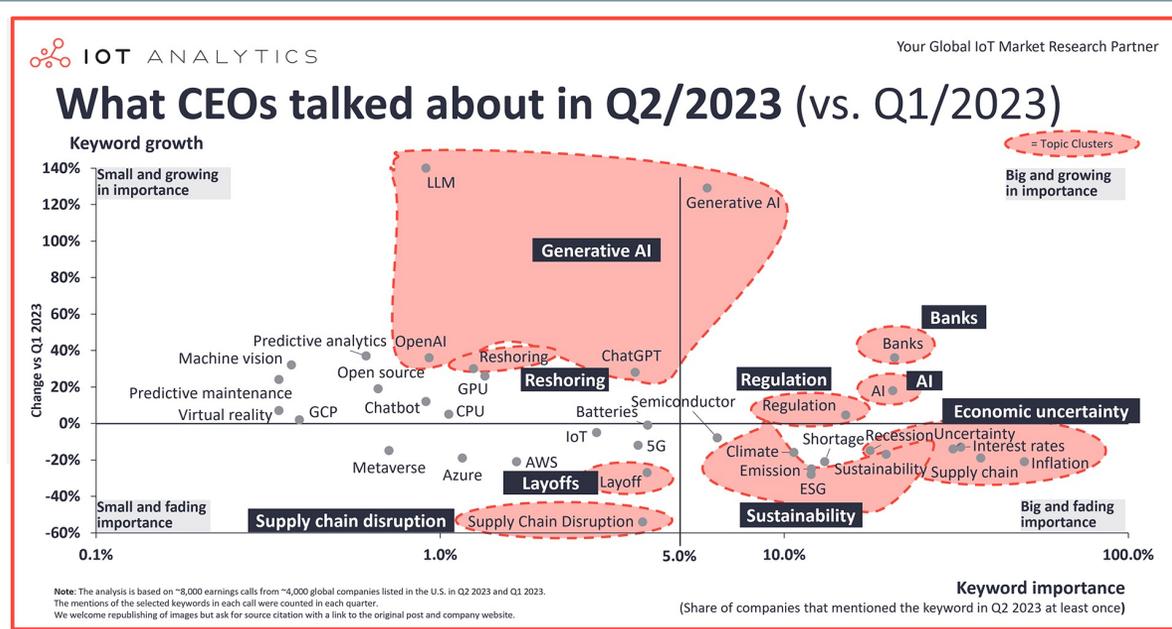
01 AUSGANGSSITUATION

02 UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

03 INFRONT PROFIL

AUSGANGSSITUATION

KI hat das Potential ganze Branchen und Geschäftsmodelle nachhaltig zu verändern. Ignorieren ist keine Option, Auswirkungen sind bereits spürbar



KI IST EIN TOP-MANAGEMENT-THEMA, MIT DEM KLARE ZIELE VERBUNDEN SIND

- Der Einsatz von KI sollte insbesondere die folgenden **Ziele adressieren**:
 1. **Steigerung der Customer Experience**
 2. **Steigerung des Umsatzes**
 3. **Verbesserung der operativen Exzellenz (= Generierung von Effizienzgewinnen)**
- KI nutzen, um geschäftliche Ziele noch besser zu erreichen
- Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig

KI IST GEKOMMEN UM ZU BLEIBEN

ZUNEHMENDE VERBREITUNG – MIT LUFT NACH OBEN

23,5% der Handelsunternehmen nutzen KI in einzelnen Bereichen oder unternehmensübergreifend (vs. 7,5% in 2020 und 13,1% in 2021)¹

STARKES WACHSTUM

18,5% beträgt die jährliche KI-Wachstumsrate im Einzelhandel bis 2032²

IMPACT AUF PROFIT IST VORHANDEN

27,0% der Unternehmen (branchenübergreifend) sagen, dass 5% ihres EBITs auf KI zurückzuführen ist – im Jahr zuvor es nur 22% der Unternehmen³

¹ HDE (2023); ² Precedence Research (2023); ³ McKinsey (2021)

Gleichwohl existieren unterschiedliche Wissensstände und Verbreitungsgrade in den Unternehmen. Der Umgang mit KI und den verbundenen Chancen muss vielerorts noch gelernt werden

Wo verorten Sie sich?

KONTINUUM DER KI-NUTZUNG IN UNTERNEHMEN



UNBEDARFTE



Keine gesteuerten KI-Initiativen und Berührungspunkte



EXPERIMENTIERER



Konzeption und Umsetzung von Einzelinitiativen



OPTIMIERER



Fortgeschrittener KI-Einsatz und Strategie, aber noch geringer Impact



PROFIS



KI tief im Unternehmen verankert mit messbaren Erfolgen

Wie können Sie die KI-Nutzung in Ihrem Unternehmen initiieren und verbreitern?

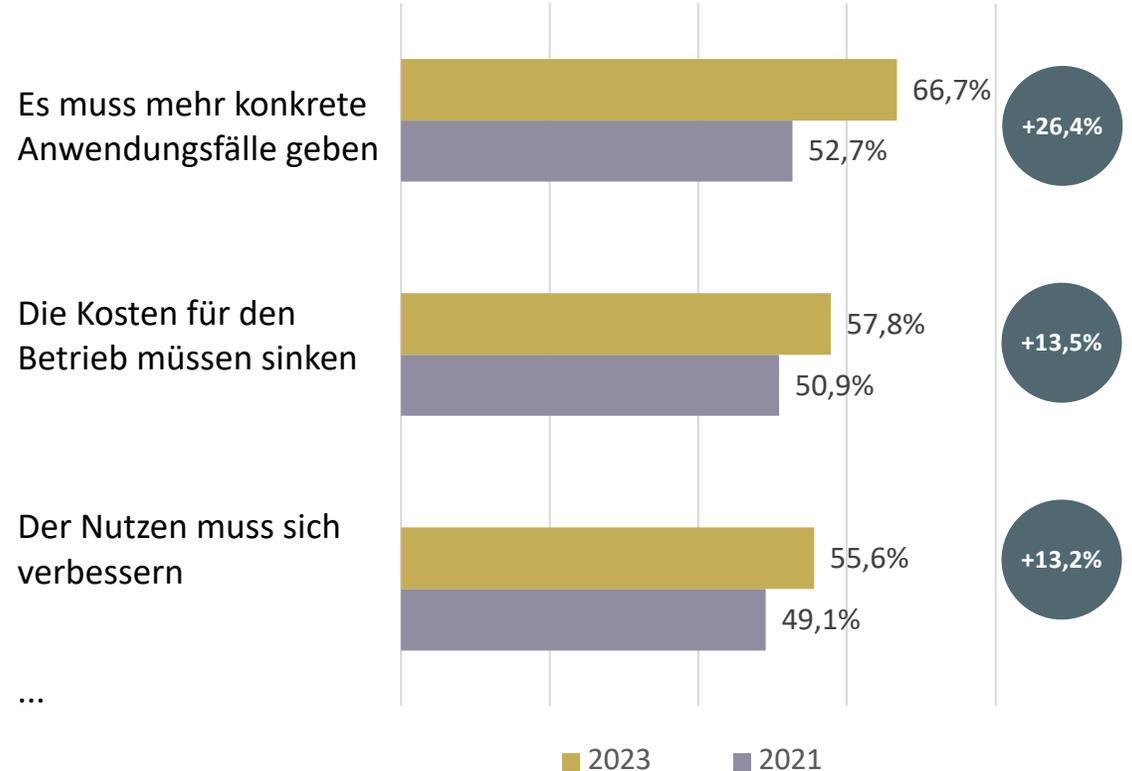
Wie können Sie die KI-Nutzung in Ihrem Unternehmen beschleunigen und wirksame Ergebnisse erzielen?

AUSGANGSSITUATION

Mit Blick auf Umsetzungs-Hindernisse und Anwendungs-Versäumnisse wird deutlich, dass es insbesondere an konkreten Anwendungsfällen, Nutzen und einer klaren strategischen Business-Perspektive fehlt

BARRIEREN DER KI-VERBREITUNG IN UNTERNEHMEN

Was muss sich ändern, damit im Unternehmen mehr KI-Projekte durchgeführt werden?



Quelle: HDE (2023)

UNSERE EINSCHÄTZUNG: VERSÄUMNISSE BEI DER KI-ANWENDUNG



Unklarheit über Einsatzbereiche



Zu hoher Abstraktionsgrad



Unklarheit über Kosten-Nutzen-Relation



Fokus auf Einzelinitiativen



Kein strukturierter Ansatz auf Management-Ebene

83-92% Misserfolgsquote von KI-Projekten, insbes. durch zu starken Fokus auf die technologischen Aspekte statt auf den Business-Impact¹

KAPITEL

01 AUSGANGSSITUATION

02 UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

03 INFRONT PROFIL

UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

Wir liefern ein fokussiertes Format, in dem KI-induzierte Chancen und Bedrohungsszenarien ganzheitlich diskutiert und konkrete Anwendungsfälle in Rückkopplung mit der Gesamtstrategie erarbeitet werden

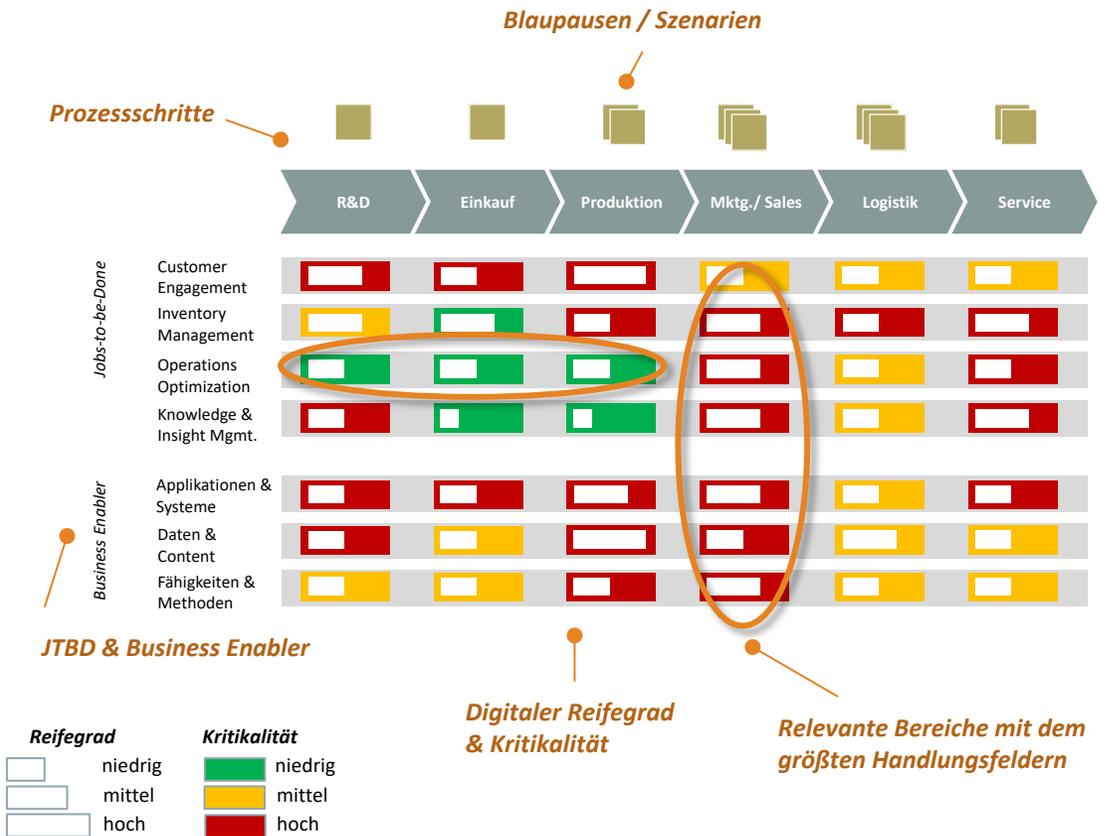
GENERELLES VORGEHEN

1. **Interaktive Workshop(s)** mit dem Top-Management zur Identifikation von Chancen und Bedrohungsszenarien
2. Identifikation der für die KI-Anwendungsfälle besonders erfolgskritischen Unternehmensbereiche
3. Identifikation des **digitalen Reifegrads** des Unternehmens, um die passenden KI-Anwendungsfälle auszuwählen & umzusetzen
4. Auswahl der besten **Handlungsoptionen** und Rückkopplung mit der (digitalen) Gesamtstrategie
5. **Vertiefung und Konkretisierung** der Handlungsoptionen mit den Fachbereichen basierend auf einer umfassenden **Blaupausen-Sammlung** (>100 KI Use Cases)

ERGEBNISSE

- ✓ **Transparenz und einheitliches Verständnis** bezgl. der KI-induzierten Veränderung der Wertschöpfungsstufen (szenario-basiert)
- ✓ Klares **Bild** über die Handlungsfelder, **Anwendungsfälle** und die notwendigen **Umsetzungsvoraussetzungen** (organisatorisch, kulturell, techn.)
- ✓ **Neubewertung** der (digitalen) Gesamtstrategie und **Anpassung** der Roadmap

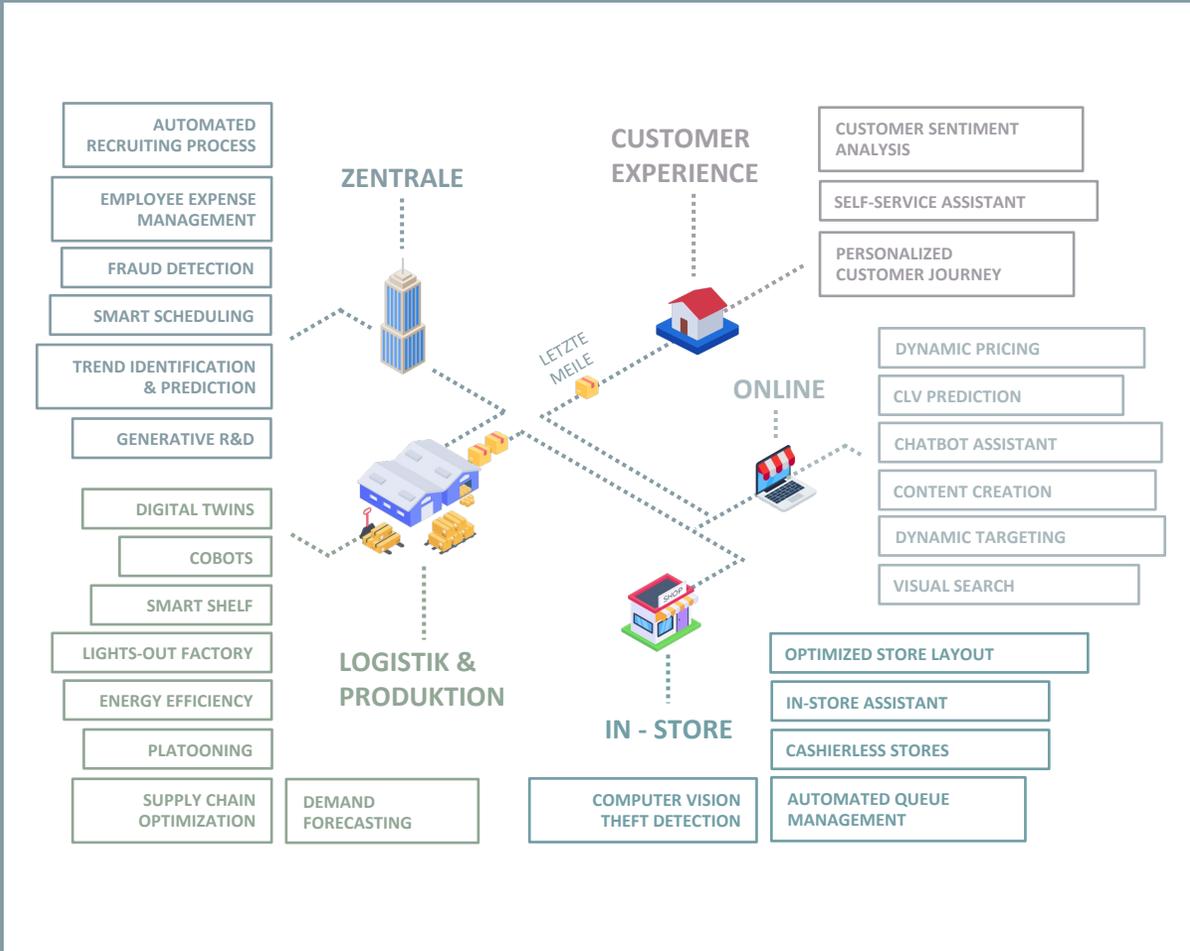
LARGETISCH-METHODIK



UNSERE BLAUPAUSENSAMMUNG

Die Diskussion mit dem Top Management und den Fachexperten wird mit Hilfe einer umfassenden KI-Blaupausensammlung geführt

BEISPIELHAFT ANWENDUNGSFÄLLE¹



FOKUS UNSERER BLAUPAUSENSAMMLUNG

- **100+ ausgewählte Use Cases** erfassen branchenübergreifend KI-Anwendungsfälle entlang der **gesamten Wertschöpfungskette** von Produktentwicklung bis After-Sales Service
- **Detaillierte Beschreibungen** aller Use Cases entlang definierter Kriterien
- Erfassung von „**Good Practices**“ auf Basis von erfolgreichen Unternehmen und Start-ups bieten wertvolle Insights in **Erfolgsfaktoren** der Umsetzung
- Datenbasierte Evaluation des **Top- und Bottom-Line Impacts** respektive quantitativer und qualitativer Faktoren wie **Effizienzsteigerung**, erweiterte Gestaltungsmöglichkeiten in der **Customer Journey** oder der **erhöhten Resilienz**
- **Vergleiche** mit bisherigen Lösungen und Vorgehensweisen ermitteln die jeweiligen **Disruptionspotentiale** und ordnen den **aktuellen Reifegrad** ein
- Ganzheitliche Darstellung der strukturellen **Voraussetzungen** und individuellen Einschätzungen des Investitionsbedarfs zur **erfolgreichen Implementierung der Use Cases**

¹ Darstellung in Anlehnung an Studie des BMWK¹

Die Blaupausen decken verschiedene Themenbereiche und Komplexitätsstufen ab



DYNAMIC TARGETING

Personalisierte Kundenansprache genau wo, wann und wie es gefragt ist führt zu einem verbesserten Kundenerlebnis – bei geringerem Aufwand

Kurzbeschreibung:

Beim „Dynamic Targeting“ erstellt ein KI-Algorithmus individuelle Kundensegmente basierend auf Präferenzen, Verhaltensmustern und demographischen Charakteristika. Auf Basis dieser Profile kann die KI eigenständig hyperpersonalisierte Kampagnen entwerfen, über die passenden Kanäle ausspielen und laufend optimieren, um eine maximale Conversion zu erreichen.

Vorteile:

- Erhöhte Effektivität von Marketingkampagnen
- Personalisiertes Kundenerlebnis (bis hin zum 1:1-Marketing)
- Erweiterte Zielgruppe auf Basis von Nachfragepotenzialen



SUPPLY CHAIN OPTIMIZATION

Transparenz und Kollaboration entlang der gesamten Lieferkette ermöglicht es, die Zustellung bis auf den letzten Kilometer hin zu verbessern

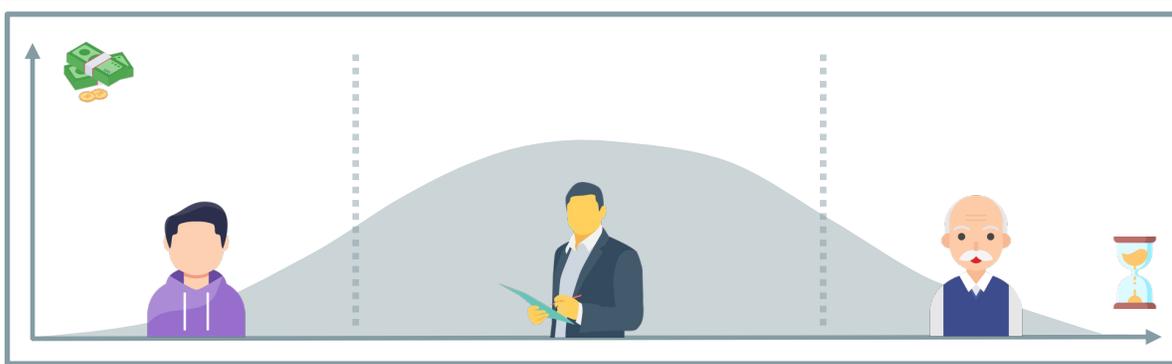
Kurzbeschreibung:

Die intelligente Verknüpfung von Lieferanten und Herstellern bietet eine Vielzahl von Optimierungsmöglichkeiten von der Steuerung des Warenbestands und -bestellmengen bis hin zur Berechnung optimaler Lieferrouten auf Basis von Wetterdaten und Verkehrsberichten. Monitoringsysteme können dabei in Echtzeit Risiken in der Lieferkette vorhersagen und so frühzeitig Bullwhip-Effekten entgegenwirken.

Vorteile:

- Ressourcen- und Zeiteinsparung
- Verstärkte Supply Chain Resilience
- Erhöhte Kundenzufriedenheit

Die Blaupausen decken verschiedene Themenbereiche und Komplexitätsstufen ab



CLV PREDICTION

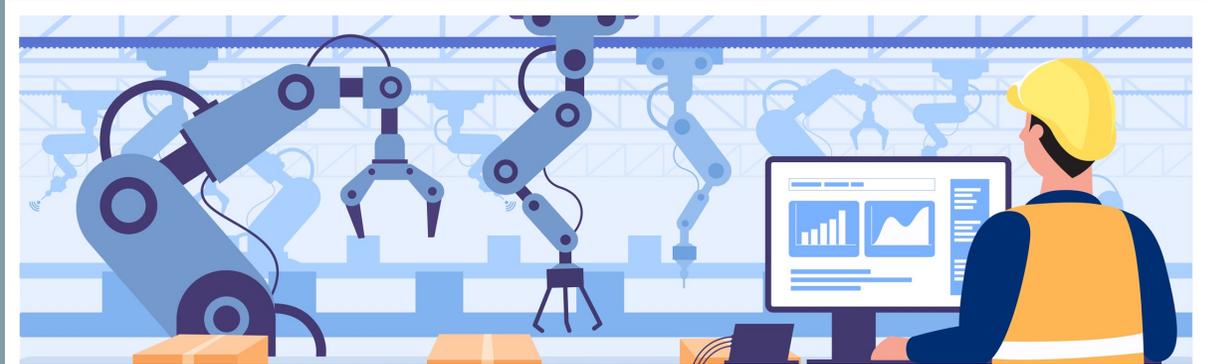
CLV Prediction zeigt die individuellen Umsatzpotenziale der Kunden auf und bietet eine Grundlage zur effizienten Steuerung des Marketingbudgets

Kurzbeschreibung:

Der Customer Lifetime Value (CLV) wird durch die KI zu einem Kernelement des erfolgreichen Customer Relationship Managements (CRM), indem es potentielle Kunden identifiziert und den jeweiligen Wert ermittelt. Dabei berücksichtigt der CLV nicht nur historische Kundendaten, sondern prognostiziert anhand von Predictive Analytics auch zukünftiges Kundenverhalten und weist Cross- und Upselling-Möglichkeiten auf.

Vorteile:

- Zielgenaue Allokation von Marketingausgaben
- Erweiterung des Umsatzpotenziale durch Cross- / Upselling
- Verbesserte Umsatzprognosen



AUTONOMOUS WAREHOUSING

Die intelligente Verknüpfung von Robotern und Warenwirtschaftssystemen ermöglicht eine Automatisierung von Lagerhäusern

Kurzbeschreibung:

Unter „Autonomous Warehousing“ versteht man die Ausführung des Prozesses von der Verpackung bis hin zur Zustellung beim Kunden ohne menschlicher Eingriffe. Ausgeführt werden die Bestellungen von intelligenten Algorithmen und Robotern wie AMRs – Autonomous Mobile Robots. Diese navigieren anhand von Sensoren durch das Lager und führen Bestellungen eigenständig auf Basis von Liefersystemen aus.

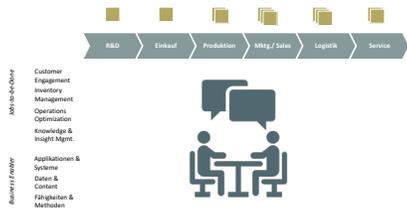
Vorteile:

- Maximale Ausschöpfung der Lagerkapazitäten (bei erhöhter Skalierbarkeit)
- Minimierung der Lead Time und Fehlerquote
- Kosteneinsparungen im operativen Geschäft (Personalkosten, Koordination etc.)

Gemeinsam mit Ihrem Management-Team und den Fachexperten werden wir ein synchronisiertes und akzeptiertes Zielbild mit priorisierten Maßnahmen in einem zeitlich fokussiertem Rahmen erzeugen

SCOPING & INTERVIEWS

INTERVIEWS & RESEARCH

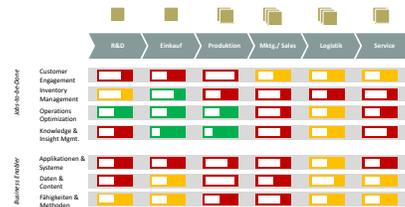


- Ergänzende **Recherche zu Markt, Wettbewerb** und **Trends**
- Erhebung der **Unternehmenssituation** (Kernaufgabenbereiche, digitaler Reifegrad, Kritikalität) **in Interviews**
- **Kundeninterviews** optional
- **Visualisierung der Ausgangslage** auf einem **haptischen Lagetisch**

3-4 Wochen

GESAMTBILD & SCHWERPUNKTE

WORKSHOP 1 TOP MANAGEMENT*

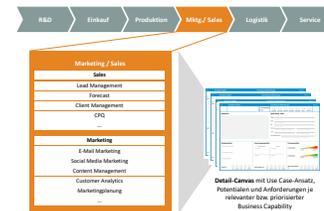


- Schaffen eines **gemeinsamen Verständnisses** zur **KI-induzierten Marktentwicklung** (inkl. Chancen und Bedrohungen) am Lagetisch
- Schaffen einer **Übersicht** bezgl. des **digitalen Reifegrads** und der **Kritikalität** von U-Bereichen für eine KI-Anwendung
- **Festlegung** von **Fokusbereichen** für die Erarbeitung bzw. Vertiefung von KI-Anwendungsfällen

1 Tag

KONKRETISIERUNG

DEEP-DIVE WORKSHOPS*

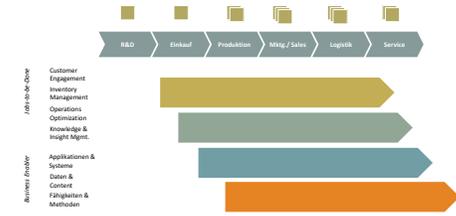


- **Deep Dive** in die priorisierten **Fokusbereiche** in Workshops mit den **fachlichen Ansprechpartnern**
- **Durchsprache** und **Übertrag konkreter KI-Blaupausen** entlang der benötigten Capabilities bzw. Prozesse
- **Dokumentation** der auf das Unternehmen angepassten Anwendungsfälle, Potentiale, Anforderungen etc.

3-4 Wochen

KONSOLIDIERUNG & PRIORISIERUNG

WORKSHOP 2 TOP MANAGEMENT*



- **Konsolidierte Vorstellung** der **Anwendungsfälle, Anforderungen**, potentielle **Umsetzungspartner** etc.
- **Rückkopplung** der **Ergebnisse** mit der **Gesamtstrategie**
- **Ableitung** und **Priorisierung** von **Aufgaben** und **Maßnahmen**
- Ausarbeitung einer groben **Roadmap** mit konkreten **Umsetzungsschritten** und **Verantwortlichkeiten**

1 Tag

* Anzahl der Workshops und Dauer der Projektphase abhängig vom Projektumfang und Mitarbeit des Kunden

Wir haben für Unternehmen aus verschiedenen Branchen unterschiedliche Projekte mit KI- und Strategie-Bezug erfolgreich durchgeführt

Dynamic Pricing



Ziel

Automatisierung und laufende **Optimierung** des B2C Preisfindungs- und -setzungsprozesses

Methode

- Bestandsaufnahme der bisherigen **Prozesse und Resultate**
- Definition einer **Pricing-Strategie** (individuell in 14 Ländern)
- Definition der **Messgrößen**
- Einführung der **Technologie** (Pricing Engine und ESL)
- Laufende Optimierung und Ergänzung der **Algorithmen**

Ergebnis

Erhebliche **Umsatz- und Ergebniswirkung**, **Transparenz** über Wechselwirkungen

Fehlererkennung in Produktion & Logistik



Ziel

Wertbeitrag durch **verbesserte Qualitätssicherung** in der **Produktion** und **Intralogistik**

Methode

- Permanentes **Analysieren** und **Erkennen** von **fehlerhaften Teilen** in der Produktionslinie oder im bereitgestellten Material eines Zulieferers durch **KI-gestütztes, computerbasiertes Sehen**
- Nutzung von modernen **Deep-Learning-Technologien** zur verlässlichen Identifikation von Anomalien

Ergebnis

Spezifikation von für den Menschen **nicht mehr erkennbaren Mustern** und dadurch sig. **Reduzierung fehlerhafter Teile** sowie **Senkung der Stückkosten**

Personalisierte Customer Journey



Ziel

Überarbeitung des **Kundenerlebnisses** durch **konsistente, personalisierte** und **kanal-übergreifende Customer Journey**

Methode

- Bestandsaufnahme** der bisherigen **digitalen** und **analogen Capabilities**
- Aufbau ganzheitlicher datengetriebener Digitalisierungslösungen** aus **modularen Funktionsbausteinen: Instant Personalization Platform**
- Entwicklung zukunftsfähiger IT-Struktur** nach MACH Prinzipien

Ergebnis

Hebung von **Umsatzpotenzialen** durch **Verbesserung** in **CLV, AOV, Conversion Rate** und **Net Promoter Score**

Strategie-Entwicklung



Ziel

Identifizierung von **Markt-Chancen** und **-Risiken** sowie **Ableitung** bzw. **Anpassung** von **Strategie** und **Roadmap**

Methode

- Haptisches Lagetischformat** für Top Management-Workshops
- Verschiedene Einsatzmöglichkeiten**, z.B. zur Entwicklung von Geschäftsmodellstrategien, Wettbewerbsstrategien, Digitale Heatmaps
- Anreicherung des Formats durch **Good Practice-Blaupausen**

Ergebnis

Mit dem Top Management erarbeitete und abgestimmte **Strategie** und **Roadmap**



INTEGRATIVES WORKSHOP-FORMAT

Unsere hochkollaborative Methodik ermöglicht eine aktive Partizipation aller Workshopteilnehmer



KAPITEL

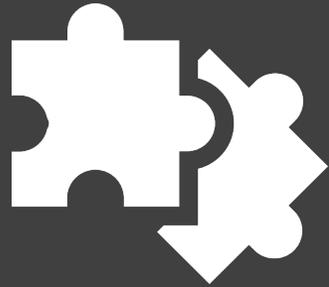
01 AUSGANGSSITUATION

02 UNSER VORGEHENSVORSCHLAG

03 INFRONT PROFIL

IHRE VORTEILE

Als führende Strategie- und Managementberatung helfen wir Ihnen dabei, effektive und nachhaltige Strategien für die Zukunft zu entwickeln und diese technologisch geschäftswirksam umzusetzen



ERFAHRUNG

Umfangreiche Beratungs- und Praxiserfahrung

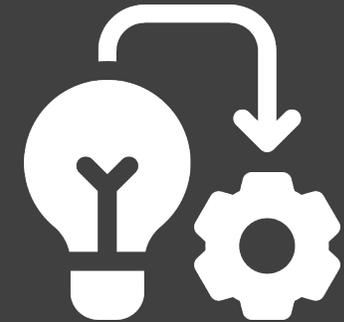
- Kombination aus hochwertiger Strategieberatungs-Expertise und langjähriger Top Management-Umsetzungserfahrung
- Beratung auf Augenhöhe mit Hands-on-Mentalität sowie sichtbaren, direkt umsetzbaren und vor allem wirksamen Ergebnissen basierend auf unserer praktischen Expertise



METHODIK

Mehrfach ausgezeichnete Methoden

- Ausgezeichnetes Methodenportfolio – umsetzungsorientiert, haptisch, involvierend und maßkonfektioniert
- Nutzung einer einzigartigen Good Practice Blaupausensammlung von Geschäftsmodellstrategien und Profitabilitätsmaßnahmen
- Hohes „Buy In“ der Beteiligten durch kollaborative Zusammenarbeit auf Augenhöhe



UMSETZUNG

E2E-Umsetzungskompetenz

- Umsetzungsorientierte Konzeptentwicklung von Beginn an gepaart mit tatsächlicher operativer Business- und IT-Lieferfähigkeit
- Breites Domain-Wissen und Partnernetzwerk für eine Lösung aus einer Hand – bis hin zum eigenständigen operativen Betrieb

Unser Fokus im Bereich Retail & Brands liegt in der profitablen Geschäfts- und Betriebsmodell-Gestaltung sowie der Entwicklung einer erstklassigen Omnichannel-Experience auf Basis einer resilienten Organisation



THEMENSTELLUNGEN

Unsere Retail & Brand-Practice berät Sie bei unterschiedlichen Themenstellungen

PROFITABLES WACHSTUM

Ableitung einer ganzheitlichen Strategie zur Generierung von Top- und Bottom-Line-Potentialen, sowie Anpassung des Geschäfts- und Betriebsmodells zur nachhaltigen Sicherung von Wettbewerbsvorteilen

OMNICHANNEL EXPERIENCE

Entwicklung von Ansätzen zur Optimierung der Omnichannel-Experience, inkl. Sortiment, Preis, Fulfillment, Kanalauswahl, Verknüpfung und Gestaltung, Kundenansprache, Services

RESILIENTE ORGANISATION

Prüfung und Anpassung der organisatorischen Voraussetzungen: Strategie, Organisation, Prozesse, Personal, Kultur, Technologie und Systeme

Infront vereint umsetzungsorientierte Managementberatung mit der notwendigen IT- und Prozesskompetenz

Infront Consulting & Management
Konzentrierte Geschäftslösungen



Infront ist eine führende Strategie- und Managementberatung mit den folgenden Schwerpunkten:

- Geschäftsmodell-Strategien
- Innovations-Ökosysteme
- Erneuerung des Kerngeschäfts

KPS AG
Sofortige Wirkung



KPS ist einer der europäischen Marktführer für Transformationsprogramme auf Prozess-, Anwendungs- und Technologieebene für Handel, Logistik und Industrie

740
Mitarbeiter

14
Internationale
Büros

180 Mio.
Euro Umsatz

UNSERE ERFOLGE

Infront ist Ihr preisgekrönter Beratungspartner für Strategie, Innovation und Neugestaltung

UNSERE ERFAHRUNG

Strategie:

- 100+ entwickelte Ökosysteme für Zukunftsbranchen
- 100+ Lagetisch-Strategien
- 1.200+ entwickelte Geschäftsmodellideen

Innovation:

- 8+ aufgebaute Innovationslabore
- 100+ am Markt erprobte Ideen
- 3 eigene Start-Ups aufgebaut und verkauft

Neugestaltung:

- 30+ Change Programme: People, Organisation, Processes, IT
- 100+ Komplexe ERP-Einführungen
- 100+ eBusiness Systeme eingeführt

UNSERE AUSZEICHNUNGEN



UNSERE STUDIEN



AUSGEWÄHLTE KUNDEN

Produzierende Industrie:



Retail & Brands:



Logistik:



Service:



Geräte/ Maschinen/Anlagen/ Komponenten:



AUSGEWÄHLTE KI-PARTNER



UNSER DISKUSSIONSANGEBOT:

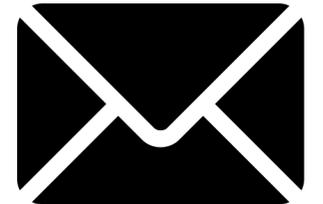
Wie können Sie durch den Einsatz von KI profitieren & welche Voraussetzungen müssen Sie dafür schaffen?



TOBIAS KINDLER

PARTNER UND RETAIL & BRANDS LEAD

- Über 20 Jahre Top-Management- und Beratungserfahrung
- 10 Jahre (mit-)verantwortlich für die internationale Digitalisierung des Marketing & Vertriebs im MediaMarktSaturn-Konzern, u.a. als Vice President Omnichannel & Pricing und als Landesgeschäftsführer und COO/CDO
- Tiefes Verständnis über Strukturen und Prozesse im Handel- & Brand-Umfeld
- Erfahrung in der Entwicklung und Umsetzung hybrider und digitaler Geschäftsmodelle sowie in der Transformation von Geschäftseinheiten und Gesamtunternehmen



T.KINDLER@INFRONT-CONSULTING.COM

+491703670169

KONTAKT

VIELEN DANK!

Wir freuen uns auf einen gemeinsamen Austausch mit Ihnen!

INFRONT CONSULTING & MANAGEMENT GMBH

NEUER WALL 10
20354 HAMBURG

TEL. +49 40 3344151 - 0
MOB. +49 (170) 3670169
T.KINDLER@INFRONT-CONSULTING.COM
WWW.INFRONT-CONSULTING.COM

TOBIAS KINDLER
PARTNER

