



ANGEBOT

ZUR STUDIE

AUTOMATISIERUNG VON UNTERNEHMEN- WIE LIEFERANTEN, HERSTELLER, IMPORTEURE, GROSSHANDEL

WEGE / METHODEN,
TOOLS + IHRE ANBIETER
TRENDS UND STRATEGIEN

November 2024

ZUKUNFT ERKENNEN - ZUKUNFT GESTALTEN

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

Sehr geehrte Damen und Herren,

nahezu alle Unternehmen befinden sich in einem strategischen Wandel: die Transformation in neue Unternehmensformen, Formate und Systeme durch **Digitalisierung, KI und AUTOMATISIERUNG**, letztere einerseits um *Kosten sparen* zu können, andererseits aber auch um den Kunden *mehr Service* und ein *besseres Vertriebs- bzw. auch Einkaufserlebnis* bieten zu können.

Die **Automatisierung** erfasst dabei alle Gebiete der Unternehmensführung vom Wareneingang bis zum Verkauf, im Hintergrund wie auch vor allem Front-End am Kunden, also Marketing und Vertrieb. Einer der wesentlichen Aspekte neben einer eher mechanischen (1) und einer software-orientierten digitalen Automatisierung (2) ist der Einsatz von **KI – Künstlicher Intelligenz** (3). Vor allem damit werden dann auch **voll-automatische Vertriebs-Outlets** ohne klassische Kassen und Personal möglich.

Was alles kann wie automatisiert werden? Welche Tools, welche Software oder auch Geräte/Mechaniken kommen dabei zum Einsatz? Wer stellt diese her, liefert sie? Welche Vorgehensweisen und Strategien sind dabei angesagt?

Fragen über Fragen - und permanent neue Entwicklungen gibt es reichlich.

In meiner aktuellen Studie

AUTOMATISIERUNG VON UNTERNEHMEN

Ca. 470 Seiten mit 64 Übersichten/Grafiken plus einer **LIEFERANTEN-MATRIX in EXCEL** von knapp 600 Firmen/Tools nach 35 Angebots-Segmenten („**Wer liefert was**“) -> s. vorletzte

Seite

versuche ich Ihnen im Verbund mit den Forschungs-Ergebnissen von anderen Autoren/Beratern aufzuzeigen, was heute und in naher Zukunft wie automatisiert werden kann, aufgefächert nach obigen 35 Bereichen der Unternehmensführung in Unternehmen wie Lieferanten, Hersteller, Importeure und Großhandel.

Lassen Sie sich von diesem Angebot überzeugen, ich freue mich auf Ihre Antwort und einen eventuellen Lieferauftrag! → Bis zum **16.12.2024** gilt ein **Frühbucher-Nachlass** (s. letzte Seite)!

→ Auslieferung sofort.

Viele Grüße aus Köln



Ulrich Eggert

UEC | Ulrich Eggert Consult + Research, Köln

PS 1: Bis zum 16.12.2024 mit interessantem Frühbucher-Nachlass (s. letzte Seite)!

ZUKUNFT ERKENNEN – ZUKUNFT GESTALTEN

TEIL I: GRUNDLAGEN EINER AUTOMATISIERUNG

VON UNTERNEHMEN S. 19

.....

A. EINSTIEG: KURZ-ANALYSE ZUR AUTOMATISIERUNG VON UNTERNEHMEN S. 20

1. Vorteile der Automatisierung

- 1.1. Aus Sicht der Unternehmen
- 1.2. Aus Sicht der Kunden
- 1.3. Aus Sicht der Mitarbeiter

2. Die **grundsätzlichen Ansätze** einer Automatisierung

3. Erster Überblick: Was lässt sich automatisieren?

- 3.1. Was lässt sich denn generell wie in Unternehmen überhaupt automatisieren?
- 3.2. Was kann man denn alles wie **ohne großen finanziellen Aufwand** automatisieren

4. Herausforderungen der Automatisierung

5. Wege zur Implementierung der Automatisierung

6. Grenzen und Risiken der Automatisierung

7. Auswirkungen auf die Arbeitswelt

8. Fazit

B. RELEVANTE TRENDS UM DAS THEMA S. 30

1. Deloitte Tech-Trends 2023 - Neue Technologie-Ansätze und innovative Potenziale für Unternehmen

2. Die zehn wichtigsten Tech-Trends 2024 lt. Gartner

3. Die 5 wichtigsten Technologietrends 2024, auf die ein Jeder vorbereitet sein muss

4. Aktuelle Tech-Trends im Hinblick auf die Gesamt-Wirtschaft

5. Aktuelle Technologietrends in Vertrieb und Handel

C. ZUM BEGRIFF DER AUTOMATISIERUNG S. 45

1. Was ist eigentlich Automatisierung?

- 1.1. In aller Kürze
- 1.2. Definition des Gabler-Wirtschaftslexikons
- 1.3. Automatisierung im Detail erklärt – Definition, Beispiele und Vorteile
 - 1.3.1. Das Wichtigste in Kürze
 - 1.3.2. Definition

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

1.3.3. Mechanisierung vs. Automatisierung

1.3.4. Gründe für eine Automatisierung

1.3.5. Entscheidende Vorteile der Automatisierung

1.3.6. Einige Praktische Beispiele zur Automatisierung von Unternehmen

1.3.7. Herausforderungen der Automatisierung

1.3.8. FAQ

2. ... und weshalb sollte man überhaupt automatisieren? Was sind die Vorteile?

3. Konsequenzen einer Unternehmens-Automatisierung

3.1. Gesamtwirtschaftliche Konsequenzen

3.2. Konsequenzen für den Handel selbst

3.3. Konsequenzen für die Kunden

4. Die Haupt-Felder/Möglichkeiten einer Automatisierung von Unternehmen

5. Ein erster Überblick: Wer liefert dazu welche Tools?

6. Ein zweiter Überblick: 45 Methoden, Wege und Techniken zur Automatisierung und wer sie liefert

7. Aktuelle Trends (2024) in der Automatisierung

8. Was dürfte wohl weshalb vor allem in der nächsten Zeit wie von Unternehmen automatisiert werden?

D. AUTOMATISIERUNG UND KÜNSTLICHE INTELLIGENZ - KI

...

... S. 74

1. Zur Definition von KI – Künstliche Intelligenz

1.1. Zur begrifflichen Einordnung von künstlicher Intelligenz

1.2. Die Arten von KI

2. Verwendung und Einstellungen zur KI

3. Die Zusammenhänge von Automatisierung und KI

4. Der KI-Einsatz in Unternehmen/am Arbeitsplatz

4.1. Aktuelle Befragungsergebnisse

4.2. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz in Unternehmen: Chancen, Herausforderungen und Zukunftsausblick

4.3. Wobei/in welchen Bereichen und wie kann KI für die Automatisierung von Unternehmen eingesetzt werden? - Ein Überblick

4.5. Aber: Etwa ein Drittel der deutschen Unternehmen scheint die KI-Revolution zu verschlafen

4.6. KI: In welchen Berufen Veränderungen erwartet werden

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

4.7. *Am Rande*: Bereiche der Automatisierung, die auch ohne KI funktionieren

5. Generative KI/ChatGPT im Unternehmen

5.1. Was ist Generative KI?

5.2. Kreativität auf Knopfdruck?

5.3. Tipps für ChatGPT-Prompts

5.4. Alternativen zu ChatGPT

5.4.1. ChatGPT vs. Google Gemini - wer ist besser?

5.4.2. Ist Anthropic KI-Modell besser als das von OpenAI?

5.4.3. Weitere Alternativen

5.4.4. Microsoft, Apple, Google erschaffen kleine KI-Modelle für Smartphones

5.5. Was Conversational AI alles leisten kann

5.6. Studie zeigt Begrenztheit von KI-Modellen wie ChatGPT

6. Kurzüberblick über KI-Tools für Unternehmen: Wer sie liefert und was man damit machen kann

7. Zur Situation heute

7.1. Was Sie von künstlicher Intelligenz im Jahr 2024 erwarten dürfen

7.2. Digital Experience: Aktuelle KI-Anwendungsgebiete

8. ABER und AM RANDE notiert

8.1. ABER I: KI sorgt in Deutschland vielfach für Verunsicherungen bei den Bürgern

8.2. ABER II: KI-Revolution am Arbeitsmarkt kann bis zu drei Millionen Jobs treffen

8.3. ABER III: Warnung vor KI

8.4. ABER IV: KI gefährdet Content Marketing

8.5. *AM RANDE notiert*: 10 Tipps wie ChatGPT auch das private Leben leichter macht

9. Zur Zukunft Künstlicher Intelligenz

9.1. Aktuelle Trends bezüglich KI

9.1.1. Wichtige generelle Trends

9.1.2. Bedeutende KI-Trends für Unternehmen

9.2. Die Zukunft der Künstlichen Intelligenz: Eher realistische Erwartungen und Entwicklungen

9.3. Eher spekulativ-denkbare künftige Entwicklungen

9.4. Autonome KI-Agenten

9.5. Eher spekulative Überlegungen zur künftigen Rolle der KI speziell in der Industrie, bei Herstellern und Lieferanten

9.6. Wenn die Maschine zum Boss wird ...

9.7. Sind Quantencomputer die Lösung?

10. Scheitern von KI-Projekten verhindern

11. KI im Unternehmen: Was mit dem Beschluss des EU-AI-Acts wichtig wird

E. WESENTLICHE TECHNIKEN/TECHNOLOGIEN DER UNTERNEHMENS-AUTOMATISIERUNG UND IHRE LIEFERANTEN S. 156

1. **Kurzer Überblick** über wichtige Techniken zur Automatisierung in Unternehmen
 - 1.1. Einzelne Techniken
 - 1.2. Lieferanten-Auswahl dazu
2. **RFID** in Unternehmen
 - 2.1. Einsatzgebiete
 - 2.2. Lieferanten-Auswahl dazu
3. **Beacon**-Technologie
 - 3.1. Einsatzgebiete von Beacon in Unternehmen
 - 3.2. *Am Rande*: Schwerpunkte des Einsatzes von Beacon speziell in der Automatisierung des Handels
 - 3.3. Lieferanten von Beacon-Technologie
4. Lieferanten für **Barcode-Scanner - und auch SB-Kassen**
5. Lieferanten für **Automatisierte Lager- und Logistik-Systeme**
6. Lieferanten für **Predictive Analytics**
7. **Chatbots**
 - 7.1. Einsatzgebiete für Chatbots im stationären Handel
 - 7.2. Lieferanten-Auswahl Chatbots
8. Lieferanten-Auswahl für **Echtzeit-Inventurüberwachung**
9. Lieferanten für **Personalisierte Empfehlungssysteme**
10. Lieferanten für **Automatisierte Preisoptimierung**
11. Lieferanten für **Visual Recognition und Bildanalyse**
12. **Roboter** in Unternehmen
 - 12.0. Die Integration von Robotern in Unternehmen: Vorteile, Herausforderungen und Zukunftsperspektiven
 - 12.1. Übersicht über generelle Einsatzgebiete für Roboter
 - 12.2. Schwerpunkt-Einsatzgebiete für Roboter in Auslieferung und Handel (= „Nicht“-Produktion)
 - 12.3. Wer liefert die Lösungen, Produkte die „generellen“ Einsatzgebiete?
 - 12.4. Weitere Lieferanten speziell für den Einsatz von Robotern im stationären Groß- und Einzelhandel

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

12.5. Einsatz von Robotern zur Automatisierung in der Produktion

12.5.1. Einsatzbereiche

12.5.2. Roboter-Lieferanten für die Produktion/Produktionsnahe Bereiche

12.6. Cobots

12.6.1. Was sind Cobots?

12.6.2. Wie und wozu können Cobots bei der Automatisierung von Unternehmen eingesetzt werden?

12.6.3. Wesentliche Faktoren bei der Auswahl eines Cobot-Anbieters

12.6.4. Wer liefert Cobots?

12.7. Humanoide Roboter

12.7.1. Humanoide Roboter: Die Lösung für den Arbeitskräfte-Mangel? (Teil 1)

12.7.2. Humanoide Roboter: Welche gibt es schon?

12.7.3. Zukunftstechnologie: Nio testet humanoide Roboter in der Produktion

12.8. Roboter als Tech-Helfer im Einsatz – Beispiele

12.9. *Sonderfall*: Exoskelett im Selbsttest - „Wie Pedelec-Fahren für die Arme“

13. KI – Künstliche Intelligenz

→ s. Vor-Kapitel D.

.....

TEIL II: MÖGLICHKEITEN, WEGE, METHODEN, TOOLS EINER AUTOMATISIERUNG VON UNTERNEHMEN NACH BEREICHEN DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG S 212

.....

F. HINTERGRUND-AUTOMATISIERUNG S. 213

1. Beispiele und Möglichkeiten zur generellen Hintergrund-Automatisierung in Unternehmen

2. Möglichkeiten, Wege, Methoden

3. Generelle Lieferanten dazu

4. Automatisierung von **Einzel-Bereichen** des Hintergrunds

4.1. Automatisierung der Verwaltung

4.2. Das Planungswesen

4.3. Terminierungssysteme

4.4. Rechnungswesen/Buchhaltung

- 4.5. Ressourcenmanagement
- 4.6. Energie-Management
- 4.7. Compliance
- 4.8. Personalwesen
- 4.9. Schulungswesen
- 4.10. Interne Kommunikation

G. AUTOMATISIERUNG IM BEREICH DER FINANZEN S. 231

- 1. Wege und Möglichkeiten der Automatisierung im Finanzwesen von Unternehmen
- 2. Lieferanten geeigneter Anwendungen und Lösungen für das Finanzwesen
- 3. Automatisierung des *Zahlungswesens*
- 4. Die Automatisierung des *Payments*: Lösungs-Anbieter

H. AUTOMATISIERUNG der BESCHAFFUNG S. 239

- 1. Auflistung diverser Möglichkeiten zur Automatisierung
- 2. Schwerpunkte einer Automatisierung in der Beschaffung
- 3. Lieferanten der Produkte/Lösungen/Systeme
 - 3.1. Lieferanten für generelle Aufgaben.
 - 3.2. Tools und Lieferanten für einzelne ausgewählte Aufgaben-Bereiche

I. AUTOMATISIERUNG IM VERTRIEB S. 249

- 1. Generelle Möglichkeiten einer Automatisierung im Vertrieb von Unternehmen
- 2. Schwerpunkte einer Automatisierung im Vertrieb von Unternehmen: Wie kann dort automatisiert werden?
- 3. Geeignete Lösungen/Anbieter
- 4. Ausgewählte KI-gestützte Lösungen in der Vertriebs-Automatisierung

J. AUTOMATISIERUNG DES KUNDENKONTAKTS S. 259

- 1. Vielfältige Beispiele zur Kundenkontakt-Automatisierung im stationären Einzelhandel
- 2. Möglichkeiten, Wege, Methoden
- 3. Generelle Lieferanten dazu

K. AUTOMATISIERUNG IN DER WERBUNG S. 265

- 1. Beispiele/Möglichkeiten zur generellen Automatisierung der Werbung
- 2. B2C
 - 2.1. KEY-Möglichkeiten, Wege, Methoden in der B2C-Werbung

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

- 2.2. Generelle Lieferanten dazu
- 3. B2B
 - 3.1. Was lässt sich wie in der B2B-Werbung automatisieren?
 - 3.2. Lösungen für die Automatisierung der B2B-Werbung
- 4. Automatisierungs-Schwerpunkt: schriftlicher, akustischer und visueller **Content**
 - 4.1. Grundsätzliche Möglichkeiten und Wege der Content-Automatisierung
 - 4.2. Techniken und Lieferanten dazu
 - 4.3. Automatische Content-Erstellung: Innovationen und Herausforderungen
 - 4.3.1. Methoden der automatisierten Content-Erstellung
 - 4.3.2. Technologien und Tools für die automatisierte Content-Erstellung
 - 4.4. Lieferanten von Tools und Systemen
 - 4.5. Ergänzende Content-Tools
 - 4.6. KI-Überschriften-Tester im Vergleich
 - 4.7. So gefällt ein KI-Text auch der Suchmaschine
- 5. KI im E-Mail-Marketing
 - 5.1. Wie kann KI beim E-Mail-Marketing helfen?
 - 5.2. Mit KI zu leistungsstarken E-Mail-Kampagnen

L. AUTOMATISIERUNG IN DER PR S. 292

- 1. Mittel, Wege und Methoden der Automatisierung
- 2. Lieferanten dazu
- 3. Der Einsatz von KI in der PR

M. AUTOMATISIERUNG DER VERKAUFSFÖRDERUNG S. 296

- 1. Beispiele und Möglichkeiten
- 2. Lieferanten dazu

N. AUTOMATISIERUNG DER DISTRIBUTIONSPOLITIK S. 301

- 1. Beispiele und Möglichkeiten
- 2. Beschreibung zu Schwerpunkten
- 3. Lieferanten dazu
- 4. Automatisierung des **Lagerwesens**
 - 4.1. Einzel-Aspekte und Anbieter dazu
 - 4.2. Wie KI im Lager eingesetzt werden kann

O. AUTOMATISIERUNG DER PREISPOLITIK S. 309

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

1. Ansätze zum Pricing der Zukunft

- 1.1. Digitalisierung und Automatisierung im Pricing
- 1.2. Künstliche Intelligenz und datengetriebene Preisgestaltung
- 1.3. Nachhaltigkeit und ethische Preisstrategien
- 1.4. Die Rolle der Transparenz und Vertrauen im Pricing
- 1.5. Dynamische und flexible Preismodelle
- 1.6. Blockchain und Smart Contracts
- 1.7. Fazit

2. Die Automatisierung des Pricings in der Industrie und bei Lieferanten

- 2.1. Herausforderungen traditioneller Preisgestaltung
- 2.2. Automatisierung durch Digitalisierung und Big Data
- 2.3. Künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen im Pricing
- 2.4. Dynamische Preisgestaltung und Echtzeit-Anpassungen
- 2.5. Vorteile der automatisierten Preisgestaltung
- 2.6. Herausforderungen und Risiken
- 2.7. Fazit

3. Möglichkeiten, Wege und Methoden der Automatisierung des Pricings - die Anbieter passender Lösungen

- 3.1. Datenanalyse und Big Data
- 3.2. Künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen
- 3.3. Dynamisches Pricing
- 3.4. Predictive Pricing (vorausschauende Preisgestaltung)
- 3.5. Automatisierte Verhandlungen und Smart Contracts
- 3.6. Cloud-basierte Pricing-Plattformen
- 3.7. Robotic Process Automation (RPA)
- 3.8. Szenario-basierte Preisoptimierung
- 3.9. API-gestützte Preisintegration
- 3.10. Zusammenfassung der Anbieter

4. *SPECIAL*: Dynamic Pricing im Groß- und Einzelhandel

- 4.1. Neue Chancen durch KI
- 4.2. Die Softwaresysteme/Verfahren/Lieferanten im Überblick
- 4.3. Wie KI das Pricing generell verändern wird

5. Wie und was kann man am **Couponing** automatisieren? Lieferanten dazu

P. AUTOMATISIERUNG DES KUNDENSERVICES S. 326

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

1. Kundenservice und Kompetenzen
2. Vor der Automatisierung: Fragen, Forschen, Prüfen
3. Einzelne Wege, Methoden und Möglichkeiten der Automatisierung des Kunden-Service
4. Wie Chatbots als virtuelle Assistenten das Marketing dank immer passenderer Antworten voranbringen
5. Techniken und Lieferanten zur Automatisierung des Kunden-Service
6. KI-Revolution (?) - So sieht der neue Kundenservice 2024 aus

Q. AUTOMATISIERUNG IN DER MARKENPOLITIK / IM BRANDINGS. 344

1. Automatisierungs-Ansätze
2. Mögliche Lieferanten
3. Emotionale KI im Branding
4. **Logo** generieren mit KI - Tools

R. AUSGEWÄHLTE ÜBERWACHUNGS-METHODEN UND -SYSTEME S. 350

1. Systeme zur automatischen Diebstahlerkennung und -prävention
 - 1.1. Ausgewählte Systeme und Lieferanten
 - 1.2. Weitere Systeme
2. Systeme zur automatischen Videoüberwachung
 - 2.1. Ausgewählte Systeme und Lieferanten
 - 2.2. Weitere Video-Überwachungssysteme
3. Zur Gesichtserkennung
 - 3.1. Wie funktioniert Gesichtserkennung?
 - 3.2. Anbieter von Gesichtserkennungssystemen

S. EHER SUMMARISCH: MARKETING-AUTOMATION – DIE AUTOMATISIERUNG DES MARKETINGS S. 358

0. Vorab
 - 0.1. Warum Marketing der Kern einer jeden Wachstumsstrategie ist
 - 0.2. Anregende Marketing-Trends
1. Zur Definition von Marketing-Automatisierung
2. Zu den Möglichkeiten, Wegen und Methoden einer Marketing-Automatisierung

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

3. Ausgewählte Technologien
4. Schwerpunkte einer Marketing-Automatisierung
5. Wie kann man **Personalisierung** automatisieren?
6. Anbieter/Lieferanten von Lösungen und Tools für Marketing-Automation
 - 6.1. Die Vorteile einer Marketing-Automation-Software
 - 6.2. Auf diese Punkte sollten Sie bei der Auswahl von Marketing-Automation-Tools achten
 - 6.3. Eine Auswahl von Anbietern
 - 6.4. Ergänzende Auswahl
7. (Generative) KI im Marketing
 - 7.1. Erfolgsthesen für KI im Marketing
 - 7.2. Wo KI das Marketing unterstützen kann
 - 7.3. KI im Marketing: Deutschland hinkt nach
 - 7.4. Einsatzmöglichkeiten
 - 7.4.1. Ausgewählte wesentliche Einsatzmöglichkeiten
 - 7.4.2. Wie Künstliche Intelligenz E-Mail-Marketing verändern wird
 - 7.4.3. Wie KI das Influencer-Marketing beflügelt
 - 7.4.4. Wie KI in Retail Media Streuverlust verringern kann
 - 7.5. Wie kann kreative KI eingesetzt werden?
 - 7.5.1. So unterstützt KI bei Marketing-Entscheidungen
 - 7.5.2. Die wohl bedeutendsten Anwendungen von KI in Marketing-Abteilungen
 - 7.5.3. Acht Beispielhafte Anwendungen/Prompts im Content-Marketing
 - 7.6. Tools und Programme für KI im Marketing
 - 7.6.1. Ausgewählte KI-Programme für Marketing
 - 7.6.2. Weitere KI-Tools für Marketing
 - 7.7. SORA, HAIPER & Co.
 - 7.7.1. SORA - Die neue KI für Videoclips
 - 7.7.2. Haiper: Neues KI-Videogenerierungstool vorgestellt
 - 7.7.3. Google macht mit Vlogger Videos aus Bildern
 - 7.7.4. KI-Bildgeneratoren im Vergleich
 - 7.7.5. Adobe testet Musik-KI
 - 7.8. Leitfaden zur Erstellung von Text-Prompts für die Generierung von Bildern
 - 7.9. Robotics, das nächste KI-Kapitel: OpenAI pflanzt ChatGPT in den Kopf des humanoiden Roboters Figure1
8. Marketing-Automation
 - 8.1. Was ist Marketing-Automation?

8.2. Der Unterschied zwischen Marketing Automation, E-Mail-Marketing und Transaktions-Mails

8.3. Wer liefert zur Marketing-Automation welche passenden Lösungen?

8.4. Marketing Automation gekonnt einsetzen – 5 Beispiel-Szenarien

8.5. Marketing Automation kann auch nach hinten losgehen

9. Influencer-Marketing

9.1. Wie KI das Influencer Marketing verändert

9.2. KI-Avatare statt echter Influencer in Livestreams

10. KI-Skills die Marketer beherrschen sollten

T. QINTESSENZ → DIE AUTOMATISIERUNG DES VERTRIEBS UND VERKAUFS: AUTONOME OUTLETS - OHNE KASSE UND PERSONAL S. 420

**1. Geht der Vertrieb/Verkauf der Zukunft auch ohne Personal? – Von Automaten,
Automaten-Outlets sowie teil- und voll-automatisierten Outlets**

1.1. 24/7 offen und keine Kassen – nur im stationären Einzelhandel?

1.2. Geht das oder Ähnliches auch in anderen Wirtschaftsstufen: Lieferanten wie Hersteller, Importeure, Großhandel & Co.?

1.3. Was sind denn überhaupt autonome Outlets? - Kennzeichen, Definitionen und Beschreibungen

1.3.1 Allgemeine Kennzeichen

1.3.2 Wie funktionieren autonome Outlets?

1.3.3. Erforderliche Techniken für den Betrieb autonomer Stores

1.3.4. Wer liefert die Technologien für diese autonomen Stores?

1.3.5. Typologien autonomer Stores

2. Ausgewählte Beispiele aus dem Einzelhandel

2.1. Für Verkauf per Automaten

2.2. (Voll-) automatisierte/autonome Läden

2.2.1. Im Detail: Die wesentlichen Aspekte autonomer Einzelhandelsgeschäfte

2.2.2. Wer liefert dazu die Lösungen/Tools?

2.2.3. Beispiel Amazon GO: Das wohl zuerst realisierte Konzept

2.2.4. Ausgewählte weitere (voll-)automatisierte Shop-Konzepte

3. Übertragung des Konzeptes „Autonome Stores“ auf den B2B

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

3.1. Wie ist es grundsätzlich möglich, den Gedanken des „autonomen Outlets“ auf den Lieferanten-Vertrieb und/oder den Großhandel zu übertragen?

3.2. Eine Vision: Autonomer Hersteller- und Lieferantenvertrieb der Zukunft – Ein Blick in die nächste Ära des B2B-Vertriebs bzw. -Handels

3.3. Wer könnte dazu die passenden Lösungen/Tools anbieten?

4. Beispiele Autonomer Outlets im B2B

4.1. Modell WÜRTH/WANZL

4.1.1. Konzeptbeschreibung

4.1.2. Funktionsweise

4.1.3. Technologien im Einsatz

4.2. Marché24: Modell des 24/7 B2B Shop von Meier Tobler/Schweiz

4.3. Ähnliche 4 Konzepte weiterer Unternehmen

4.4. Gemeinsamkeiten dieser Konzepte

4.5. Und was machen Andere?

ANHANG I:

-> ALPHABETHISCHE LIEFERANTEN-LISTUNG MIT

ANGEBOTS-DETAILS S. 471

ANHANG II:

-> PORTRAIT ULRICH EGGERT S. 523

Die Studie umfasst etwa 470 Seiten ohne Anhänge

mit 64 Abbildungen bzw. Übersichten

sowie zusätzlich einer

LIEFERANTEN-MATRIX in EXCEL (s.u.)

(„Wer liefert Ihnen was?“)

+ von knapp 600 Tools/Lieferanten (s. Anhang I)

+und 35 Angebots-/Anwendungs-Segmenten (s. Folgeseite).

AUTOMATISIERUNG von UNTERNEHMEN

Matrix-Spalten = Angebots-/Anwendungs-Segmenten

1. Barcode-Scanner, SB-Kassen und POS-Systeme
2. Beacon, Blockchain, Mobile-Apps, QR-Codes
3. Beschaffung, Lieferketten-Management
4. Chatbots
5. Distributionspolitik, Auslieferungen
6. Personalisierung, personalisierte Empfehlungssysteme
7. Finanzpolitik
8. Hintergrund-Automatisierung incl. GF, IT, Personal/Schulung, Rechtliches/Verträge, Projekt-Management
9. Bestandsmanagement, Inventurüberwachung in Echtzeit
10. Kundenkontakt, -Bindung, -Verwaltung/Feedback, CRM
11. Kundenservice
12. Lager- und Logistikwesen, Regaloptimierung
13. Markenpolitik/Branding
14. Marketing, Marketing-Automation
15. (Predictive) Analytics und Reporting; Datenerfassung, -verarbeitung, Dokumenten-Management
16. Pricing, Preis-Optimierung/-Politik und Payment
17. PR
18. RFID
19. Roboter (Nicht-Fertigungsbereiche)
20. Überwachung, Sicherheit, Datenschutz, Risiko-Management, Qualitätssicherung; Zertifizierung, Compliance
21. Verkauf ohne Personal/autonome (EH)-Technologie
22. Verkaufsförderung
23. Verkaufs(-raum) und Vertriebs-Automatisierung
24. Visual Recognition, Bild- und Videoanalyse, Gesichtserkennung und Digital Signage
25. Werbung/Werbeautomation, Content und Webinare
26. KI – Künstliche Intelligenz, IoT-Internet of Things, Machine Learning; Sensorik
27. Produktions-Automatisierung/Automat.-Technik; Steuerungssysteme
28. Automatisierte Qualitätskontrolle
29. Leadgenerierung/-Management
30. Social Media Management
31. E-Mail-Automatisierung
32. Cobots
33. Humanoide Roboter
34. Instandhaltung
35. Energie-Management

Kleiner Ausschnitt aus der LIEFERANTEN-MATRIX

Nr.		8 Hintergrund- Automatisierung incl. GF, IT, Personal/Schulung, Rechtliches/Verträge, Projekt-Management	9 Bestandsmanagement /Inventurüberwachung in Echtzeit	10 Kundenkontakt, - Bindung, - Verwaltung/Feedback, CRM	11 Kundenservice	12 Lager- und Logistikwesen/ Regaloptimierung
46	Archer					
47	Arria					
48	Asana	X			X	
49	Attabotics					
50	Aurora Computer Services					
51	Automated Insights					
52	Automation Anywhere					
53	Autostore					X
54	Ava Robotics	X		X	X	
55	Avalara	X				
56	Avery Dennison					X
57	Avidbots	X				X
58	Avigilon					
59	AWS IoT					
60	Axis Communications					
61	Axonify	X				

Auftragscoupon

UEC | ULRICH EGGERT CONSULT+RESEARCH

An der Ronne 238

50859 Köln

Telefax: 02234 9 48 95 33

Telefon: 02234 94 39 37

E-Mail: mail@ulricheggert.de

Internet: www.ulricheggert.de

Trend- und Strategie-Studie

AUTOMATISIERUNG VON UNTERNEHMEN –

Wie Lieferanten, Hersteller, Importeure, Großhandel

WEGE/METHODEN, TOOLS + IHRE ANBIETER, TRENDS UND STRATEGIEN

470 Seiten mit 64 Übersichten und einer MATRIX von knapp 600
TOOLS/LIEFERANTEN

nach 35 Angebots-/Anwendungs-Segmenten („Wer liefert Ihnen was?“)

Hiermit bestellen wir zur **sofortigen Lieferung** o. g. Studie(n) in **elektronischer Version als Download bzw. per Mail-Anlage** zum Preis von:

- ➔ 645,- € plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung bis zum **16.12.2024 (Frühbucher)**
- ➔ 745,-€ plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung danach

Der Rechnungsbetrag ist **abzugsfrei nach Lieferung und Rechnungserhalt sofort fällig**. Bitte liefern Sie an folgende Anschrift:

Vor- und Zunahme:

Firma:

Abteilung/Stellung:

Straße:

PLZ + Ort:

Telefon:

E-Mail:

USt.-ID. / VAT No. (nur bei Ausland):

Wir bitten um *zusätzliche* Lieferung der **Übersichten/Charts der Studie in offener PPT-Version** für **75,- € bis 16.12.2024**, danach 120,-€ plus gesetzl. MwSt. (**bitte ankreuzen, wenn gewünscht**).

Datum/Unterschrift: