

Vikings Zukunftsstrategie: ISPO-Messestand und Katalog werden digitalisiert Kundenselbstinformation via Smartphone im Showroom schon heute möglich

Kleine Norwegenfähnchen, Topfpflanzen und über 250 Gummistiefel und Freizeitschuhe entlang den hellen Wänden: So sieht er aus, der 70 qm große Showroom vom Schuhhersteller Viking im MOC München. Was der Besucher auf den ersten Blick nicht sieht: Der Showroom wartet mit einem Feature auf, das es in sich hat: Helma Tobies, Geschäftsführerin Viking DE/AT, berührt mit ihrem Smartphone das Viking Logo eines Wanderschuhs. Prompt leuchtet auf dem Display das Bild des Schuhs auf. Sie scrollt runter.

Darunter steht unter dem Reiter „Beschreibung“: „Der Ascent II ist ein leichter Wanderschuh. Bei der zweiten Version dieses Modells wurden die Optik sowie einige Eigenschaften, wie beispielsweise der Neoprenschaff für den soften Einstieg, verändert...“ Der nächste Reiter erklärt die Produkteigenschaften „Obermaterial“, „Innenfutter“, „Sohle“ und „Größengang“.

NFC-TAG im Schuh ermöglicht Kundenselbstinformation



Helma Tobies

„In unserem Showroom haben wir Artikel mit einem NFC-TAG ausgestattet. Hier zeigen wir unseren Händlern, wie man alle Produktinformationen direkt über das Handy erhält. Eine Technologie, die wir auch auf der kommenden ISPO einsetzen werden“, erklärt Helma Tobies.

Die Produktdaten für die Kundenselbstinformation verteilt Viking dabei über die IT-Plattform loadbee. Hier hat Viking für jedes seiner Produkte ein sogenanntes „Produktprofil“ angelegt. Das ist eine vollumfängliche und editierte Sammlung aller Produktdaten wie Videos, Bilder, Texte und Download-Dokumente. „Wir haben sehr positive Feedbacks erhalten. Mit einem Händler führen wir gerade schon weitergehende Gespräche. Ich denke, dass wir nächstes Jahr so weit sein werden, bei diesem Händler loadbee auch im Handel zu haben“, sagt Tobies.

Printkatalog gehört der Vergangenheit an

Das Anwendungsgebiet der Produktprofile endet aber nicht bei der Kundenselbstinformation. Zeitnah sollen die vollumfänglichen digitalen Produktinformationen den Printkatalog völlig ersetzen. Noch kommuniziert Viking seinen Händlern die neuen Kollektionen dreimal im Jahr über ausgedruckte Exemplare.

Helma Tobies sagt: „Der Vorteil des digitalen Katalogs ist, dass wir ihn jederzeit abändern können. Wenn sich Änderungen ergeben, können wir diese in Echtzeit einpflegen. Die Händler haben dann wirklich immer den aktuellen Katalog. Artikel, die nicht mehr erhältlich sind, werden einfach nicht mehr angezeigt. Darüber hinaus können wir mehr Informationen darstellen: Wir können die Produkte besser beschreiben, die Informationen mit Videos hinterlegen, mehr ins Detail gehen. Das hat viele Vorteile für unsere Händler.“

Wer die Kundenselbstinformation selber erleben und mehr über die Digitalisierungspläne von Viking mit loadbee erfahren will, findet Helma Tobies und loadbee Vertreter vom 28.-31. Januar auf der ISPO am Stand 322 in Halle A2.

Das komplette Interview mit Helma Tobies können Sie sich hier anschauen: [Interview Helma Tobies](#)



Marc Mombauer

Pressekontakt:

Marc Mombauer
PR & Marketing Manager
Tel.: +49 711 914 017 51
E-Mail: marc.mombauer@loadbee.com

