Datengetriebene Optimierung im Modehandel

Motivation

Im Textileinzelhandel besteht ein hoher Wettbewerbsdruck. Dieser ist in den letzten Jahren ständig gewachsen. Gründe sind vor allem die neue Konkurrenz durch Onlinehändler sowie das zunehmende Bekleidungsangebot bei Discountern. Die Vielfalt und ständige Veränderung des Warenangebots führt darüber hinaus zu einer hohen Komplexität. Jedes Modeunternehmen ist gezwungen, sich permanent durch ein attraktives Angebot am Markt und gegenüber den Kunden zu behaupten. Eine bisher noch wenig genutzte Ressource ist die systematische Analyse und Nutzung von vorhandenen Informationen. Die gewonnenen Erkenntnisse können gezielt zur Verbesserung der Angebotsstruktur, Kundenberatung und Steuerung von Marketingaktionen eingesetzt werden.

Projektziel

Entwicklung von (teil-)standardisierten Vorgehensweisen zur Optimierung der Einkaufs- und Sortimentsgestaltung

Eckdaten

Forschungsschwerpunkt

Digital Technologies and their Applications

Laufzeit

01.06.2013 - 18.12.2020