



shöpping.at

POST E-COMMERCE GMBH

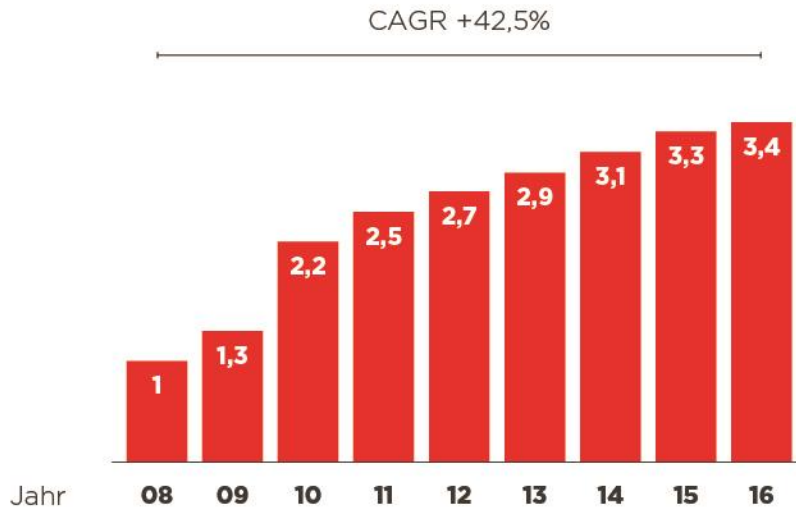
SHÖPPING.AT | POST E-COMMERCE GMBH

WACHSTUMSRATEN IM ONLINE-HANDEL DEUTLICH HÖHER ALS IM STATIONÄR-HANDEL



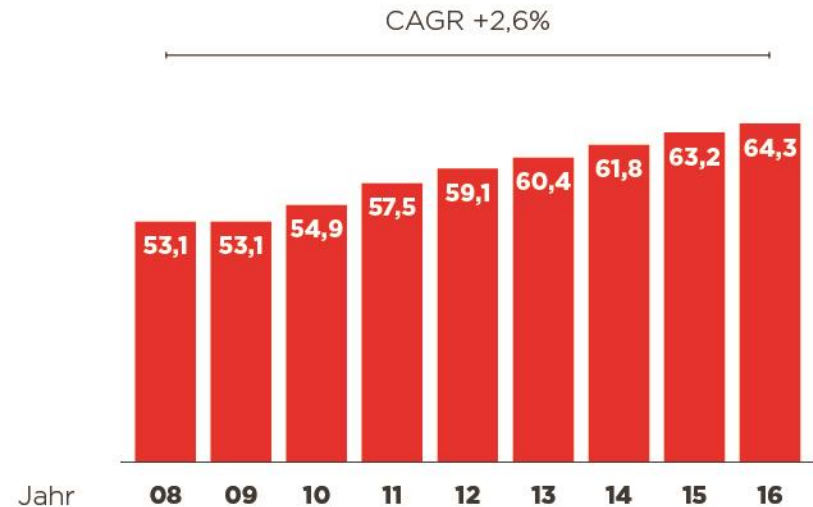
BRUTTO-JAHRESUMSATZ IM INTERNET-EINZELHANDEL IN ÖSTERREICH

Umsatz in Mrd. Euro



UMSATZENTWICKLUNG (NETTO) IM EINZELHANDEL IN ÖSTERREICH

Umsatz in Mrd. Euro



Es werden sowohl im stationären Einzelhandel wie auch im Internet-Einzelhandel stetige Umsatzsteigerungen verzeichnet

Der stationäre Einzelhandel ist vom Volumen her deutlich größer als der Internet-Einzelhandel (64,3 Mrd. vs. 3,4 Mrd.)

Der Internet-Einzelhandel wächst deutlich schneller als der stationäre Einzelhandel (21% vs. 340%)

EINE VIELZAHL DER ONLINEHÄNDLER KÄMPFT GEGEN DEN RIESEN AMAZON



Österreichische Umsätze in Millionen Euro für das Geschäftsjahr 2016





STRATEGISCHE POSITIONIERUNG



ENDKUNDEN

1. ÖSTERREICH SORTIMENT

- Alles was Österreich zu bieten hat (Breite)
- Maximale Tiefe (Alle Weine Österreichs)

2. KUNDENORIENTIERTE PRÄSENTATION

- Themenwelten
- Erlebniswelten
- Regionale „Malls“

3. POWERED BY POST

- Vertrauen in die Marke
- Bestes Paket Service
- Einbindung Filialnetz (Omnichannel)

HÄNDLER & PRODUZENTEN

1. ATTRAKTIV FÜR KONSUMENTEN & ENDKUNDEN

- Durch Bündelung (Frequenz, Relevant Set)

2. EFFIZIENTER ONLINE ZUGANG

- Kein eigener Shop nötig

3. POWERED BY POST

- Bestes Paket Service

REGION

1. REGIONALISIERTE PLATTFORM

- Produkte und Services Regionen bezogen darstellen

2. GEZIELTE VERMARKTUNGS- MÖGLICHKEITEN

- Größe der Region skalierbar

3. POWERED BY POST

- Service für Händler jeder Größe
- Click & Collect

DIE 4 SÄULEN VON SHÖPPING.AT



**AGGREGATOR
MITTLERER &
KLEINER
ÖSTERREICHISCHER
HÄNDLER**

**HERAUSSTECHENDEN
EINKAUFSERLEBNIS
UND PRODUKT-
PORTFOLIO**

**POWERED
BY POST**

**SHÖPPING.AT
TOP AT
ONLINE-HÄNDLER**



DIE 8 SHÖPPING THEMENWELTEN



STRUKTUR DES PRODUKTANGEBOTS



ZIELSETZUNG

Im Grundsatz (österreichische) Produkte von österreichischen Händlern - als Anker ein breites Produktangebot über sämtliche Kategorien

ERLEBNISWELT

DEFINITION

Besteht aus Produkten der Themenwelten, sowie Categories, die in einem Einkaufserlebnis vereint sind und Kunden auf die Plattform locken

THEMENWELT

DEFINITION

7 definierte Themenwelten, mit 90% österreichischer Produkte

CATEGORY

DEFINITION

Sämtliche Categories sollen auf shöpping.at präsent sein

4 KERNBEREICHE UNTER LAUFENDER QUALITÄTSKONTROLLE



GESCHÄFTSFÜHRUNG

QUALITY MANAGEMENT / DATA MANAGEMENT

1

MARKETING

Definiert die Stories der Erlebnis- und Themenwelten und hält sie aktuell

2

MERCHANDISING

Definiert die Produkte für die Themenwelten sowie die Categories und hat die Verantwortung des gesamten Sortiments

3

HÄNDLER MANAGEMENT

Verantwortet die gesamte Händlerliste Österreich, die Akquise der Händler (Call-Center) und die Händlerbetreuung inkl. sämtlicher Backoffice Aktivitäten

4

ONBOARDING

Verantwortlich für das technische Onboarding / Offboarding der Händler (Produktdaten/IT-Anbindung)

shöpping.at

A shopping cart filled with cardboard boxes, some labeled 'FRAGILE', resting on a laptop keyboard. The background is a blurred laptop screen.

DANKE

FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT