

DIGITAL SHIFT @ MEDIA-SATURN

Wolfgang Kirsch, 12.11.2015, Berlin



MEDIA - SATURN

Mediamarkt und Saturn verpassen Internethandel

euroblaze, 20.09.2011

Media Markt Onlineshop gestartet

Angriff des großen Nachzüglers

Focus, 16.01.2012

**Bei Spätzünder Saturn
ist jetzt auch online geil**

Die Welt, 10.10.2011



Media-Saturn stabilisiert die Metro-Bilanz

Bei Media-Saturn läuft es online prächtig

Der Handel, 05.05.2015

Saturn schlägt mit dem E-Preis-schild zurück

Die Welt, 16.02.2015

Chancen für den Dinosaurier

Der Ingolstädter Elektronik-Großhändler Media-Saturn will sich im Zeitraffer zum digitalen Laden wandeln.

Süddeutsche Zeitung, 28.10.2015

Media-Saturn soll bis 2020 zur Digital-Company werden

ChannelPartner, 21.05.2015

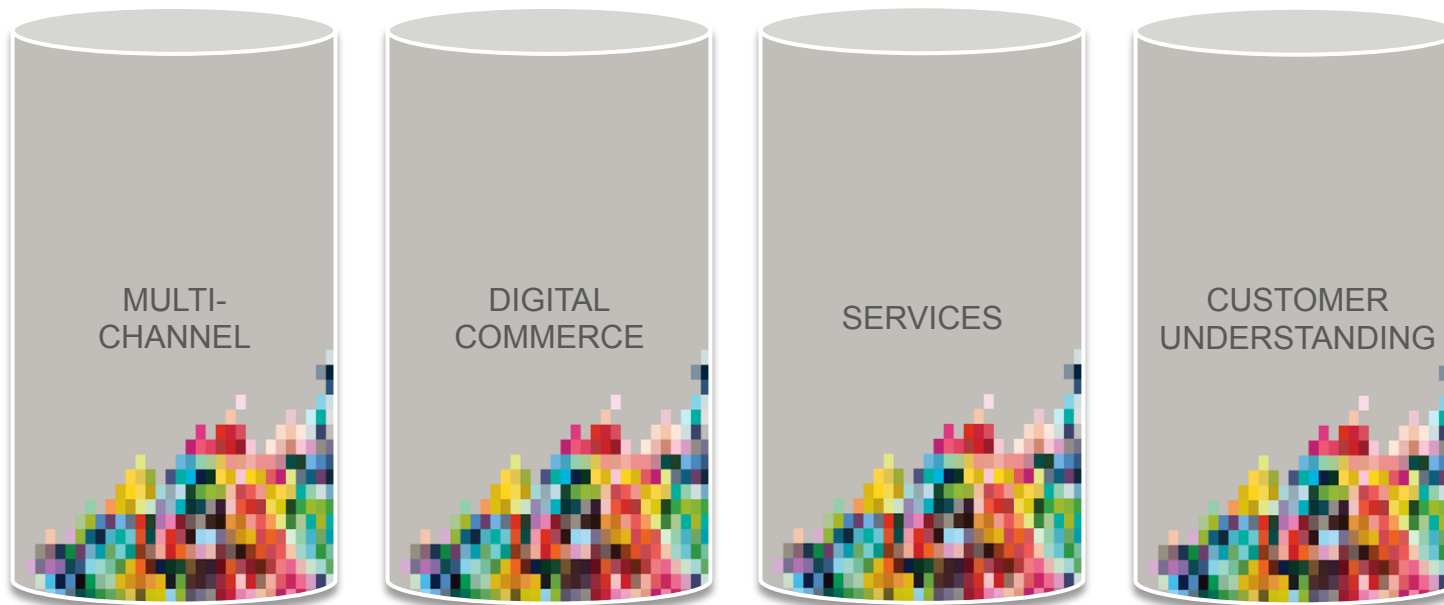
Wie kam es zu diesem **radikalen Wandel?**



Digital ist für Media-Saturn kein **neuer Kanal**,
sondern ein **neues Geschäftsmodell**.



Vier Säulen des Geschäftsmodells



Digital Shift



Pickup-Service

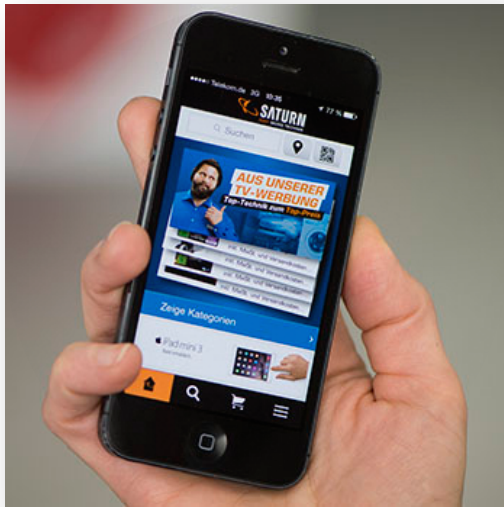


Overnight Lockers



Same Day Delivery

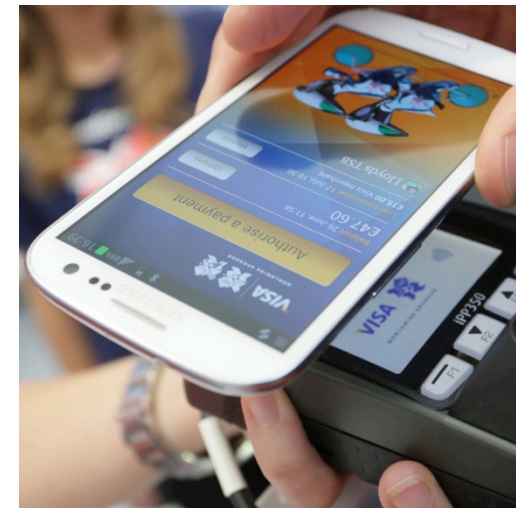
Digital Shift



Real-time local inventory

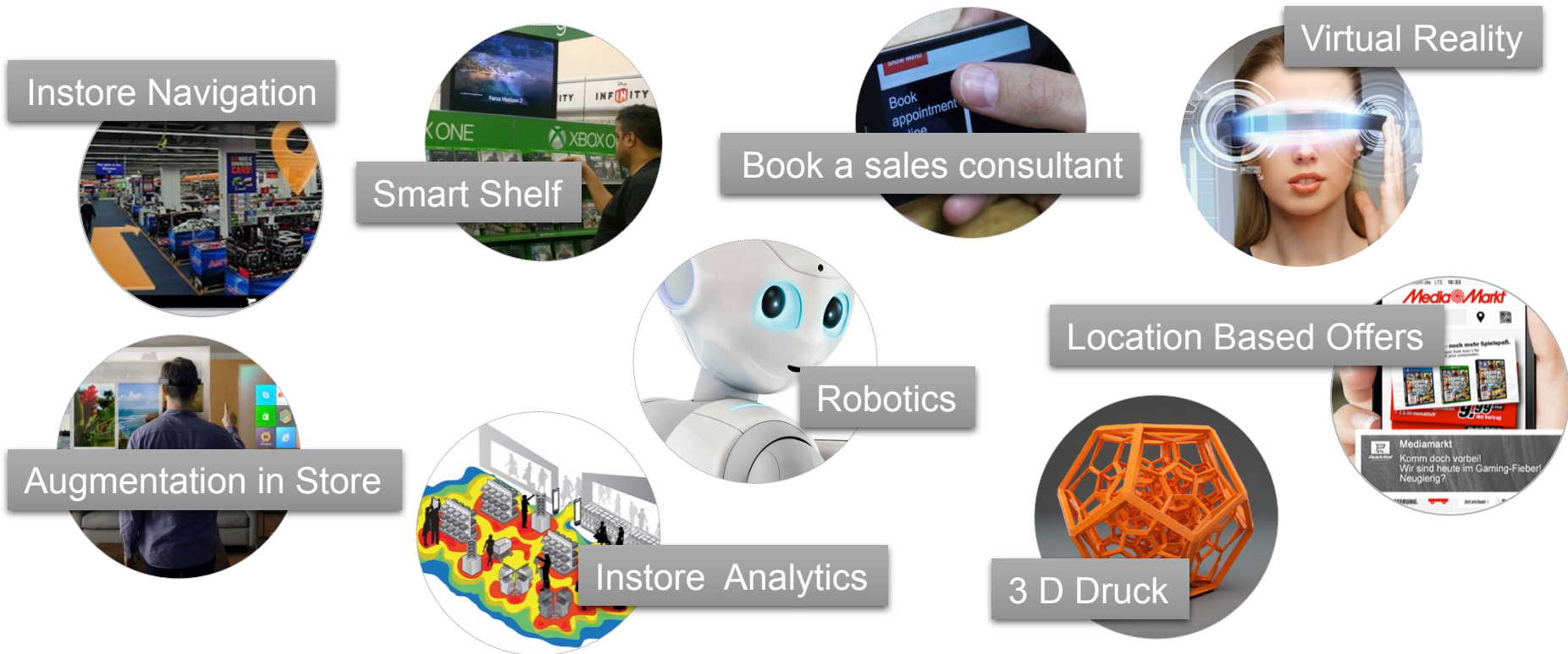


POS Online-Order-Systems



Mobile Payment

Blick in die Zukunft





Digital Shift in der Kommunikation

Was bedeutet die
Digitalisierung für
die Kommunikation
von Media Markt
und Saturn?

Media Markt

Customer Journey

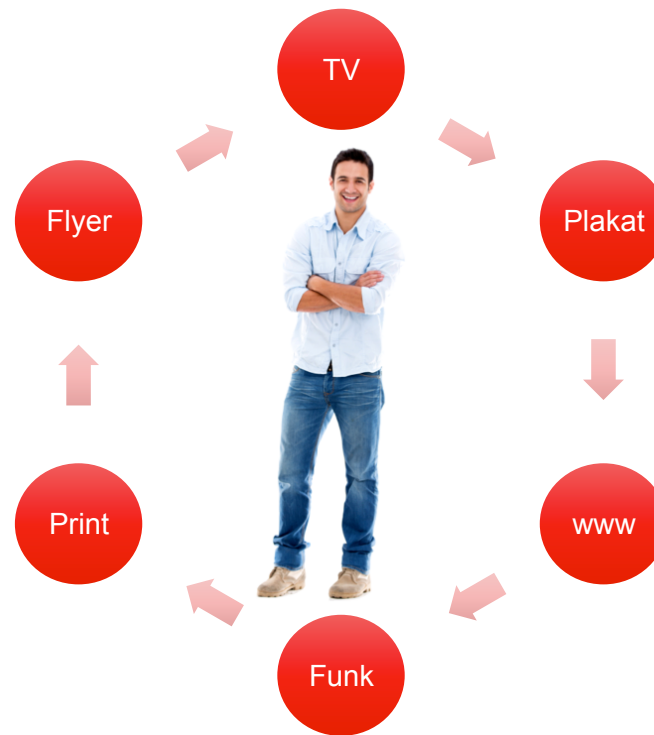
Kommunikationsstrategie der Vergangenheit:



Aktivierungsfokus auf **Aufmerksamkeit** und **Kauf**

Media Markt

Kommunikationsstrategie der Vergangenheit



Media Markt

Customer Journey

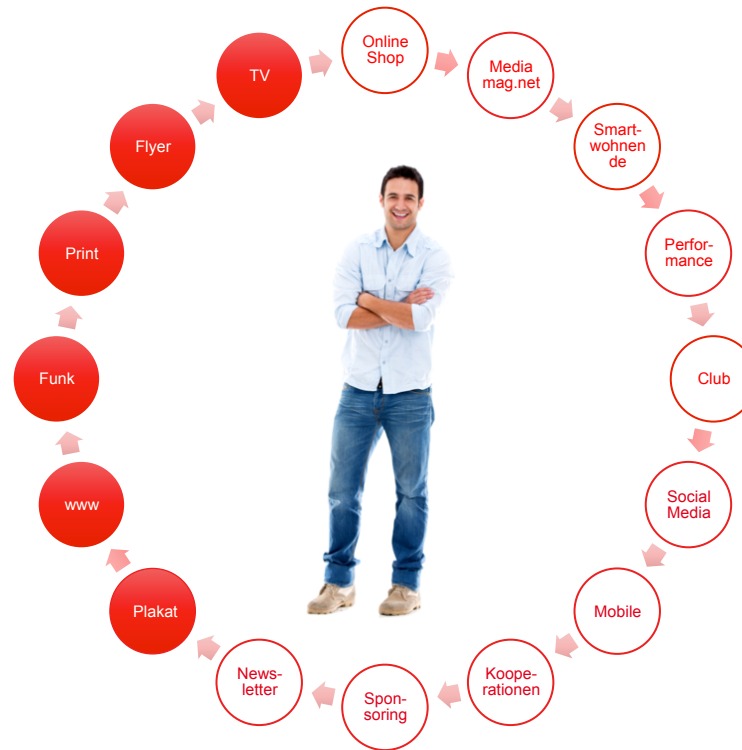
Kommunikationsstrategie der Gegenwart:



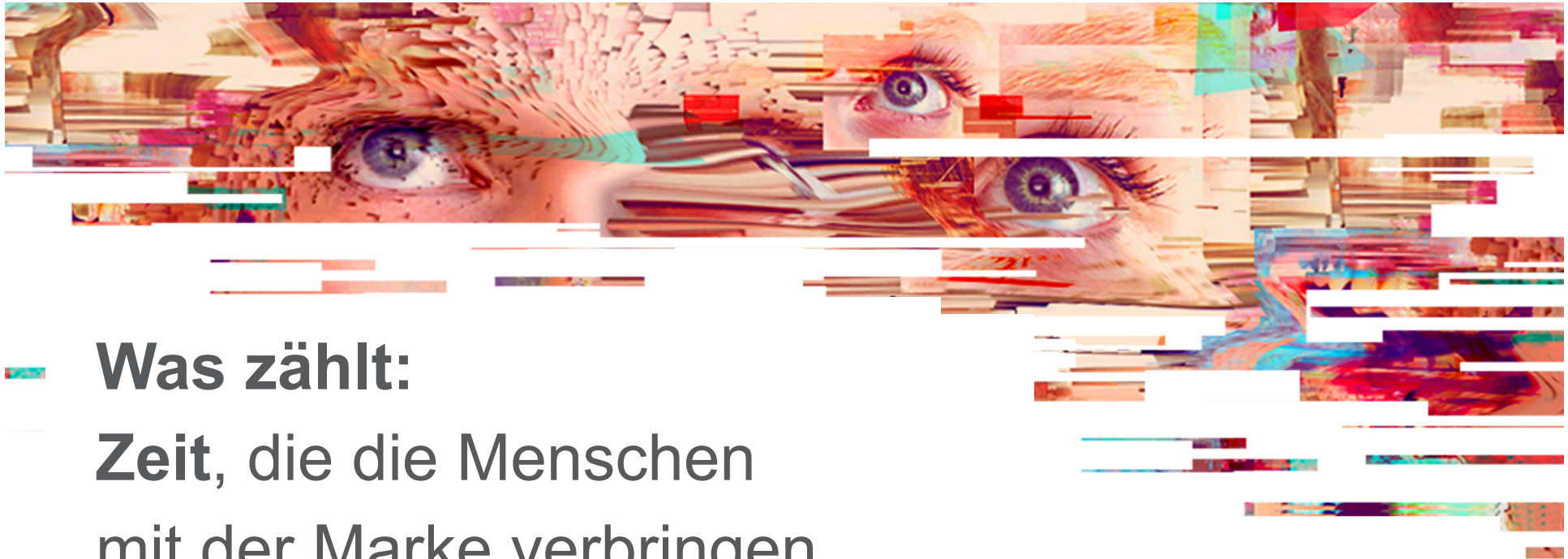
Aktivierung in **allen Phasen** der Customer Journey

Media Markt

Kommunikationsstrategie der Gegenwart



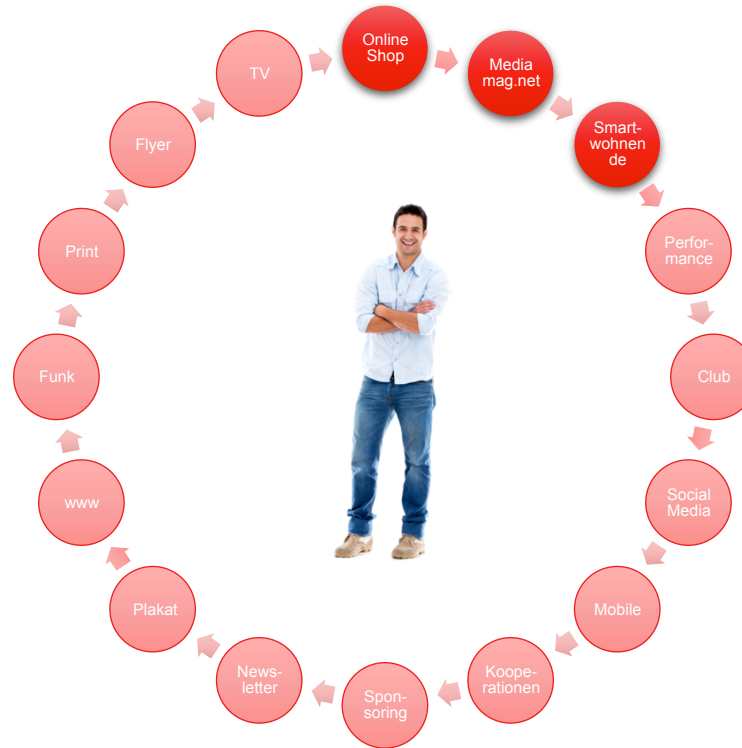




Was zählt:
Zeit, die die Menschen
mit der Marke verbringen.

Media Markt

Always-On mit digitalen Plattformen



Media Markt

Digitale Plattformstrategie



media  ***mag.net***



Digital Shift @ Media-Saturn

Neues Geschäftsmodell

- Multichannel
- Digital Commerce
- Services
- Customer Understanding



Neue Kommunikationsstrategie

- Aktivierung entlang der gesamten Customer Journey
- Always-On statt Dominanz
- Zeit, die die Menschen mit der Marke verbringen



Unser Ziel

**Die erste Adresse im Elektronikhandel.
Im Markt. Im Netz. Jederzeit.**

DANKE

