

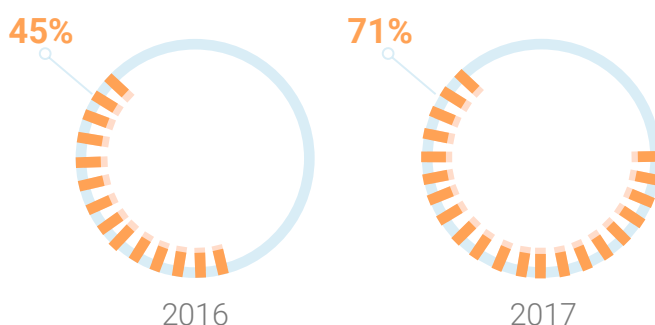
UNHEIMLICH ODER COOL?

RichRelevance befragte kürzlich Shopper aus vier verschiedenen Ländern - Deutschland, England, Frankreich und den USA - um mehr über ihre Einstellung zu aktuellen Einkaufserlebnissen zu erfahren. Die Ergebnisse zeigen, dass es in Hinblick auf neue Technologien viele Gemeinsamkeiten, aber auch starke Unterschiede gibt in-store.



PERSONALISIERTES EINKAUFEN WIRD BELIEBTER

Akzeptanz der Nutzung von Daten und Technologien um ein personalisiertes Einkaufserlebnis zu bieten wird von den Deutschen zunehmend als nützlich empfunden



NUTZUNG PERSÖNLICHER DATEN

Wären Sie damit einverstanden, dass Retailer für die Verbesserung Ihres Einkaufserlebnisses mehr Kundendaten sammeln dürfen?



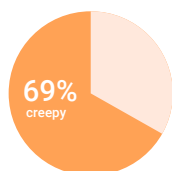
SPRACHERKENNUNG

Suchen und Bestellen von Produkten mit Spracherkennungstechnologien



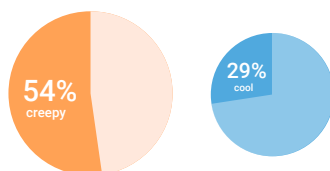
GESICHTSERKENNUNG

Technologien zur Gesichtserkennung identifizieren Sie als Stammkunde und leiten Ihre Vorlieben an das Ladenpersonal weiter - wird von den Deutschen als am unheimlichsten eingestuft



CHATBOTS

Computerprogramme wie Chatbots beantworten Service-Anfragen anstelle von Menschen



ZAHLEN PER FINGERABDRUCK

Bezahlen per Fingerabdruck und automatische Lieferung frei Haus - wird von den Deutschen als am coolsten eingestuft

