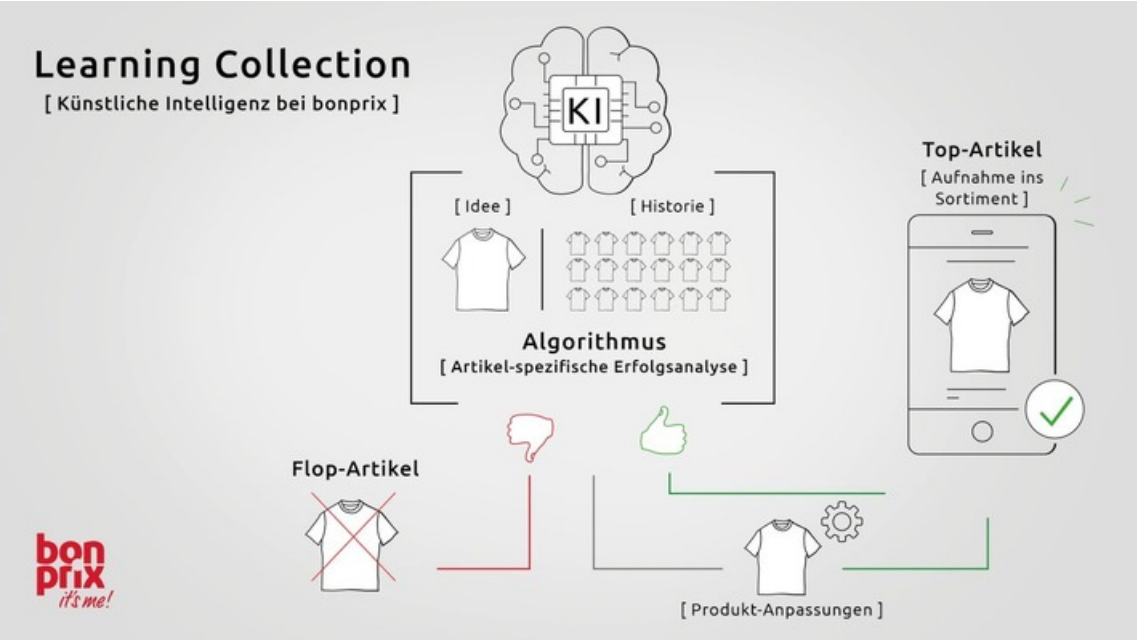
bonprix Handelsgesellschaft mbH

07.09.2020 – 10:15 Uhr

bonprix steigert mit Künstlicher Intelligenz die Attraktivität des Sortiments



Hamburg (ots) -

Ein neues, selbst entwickeltes Prognosesystem unterstützt bonprix bei der Erstellung von Sortimenten. Mithilfe von Künstlicher Intelligenz (KI) trifft es Vorhersagen zu Nachfrage und Kauf, um das Angebot noch besser an den Wünschen der Kund*innen auszurichten. Die sogenannte Learning Collection ist eines von mehreren Projekten im Unternehmen, das das Potenzial von KI nutzt.

Der international erfolgreiche Modeanbieter bonprix setzt nicht nur in der Mode auf die aktuellen Trends, sondern nutzt auch die neuartigen Möglichkeiten von modernen Technologien. Dazu gehört auch der Einsatz von Künstlicher Intelligenz.

Learning Collection: Eine optimierte Sortimentsgestaltung durch KI

KI bietet die Möglichkeit, Sortimente noch effizienter zu planen und auf die Wünsche und Bedürfnisse von Kund*innen abzustimmen - das zeigt das neue Prognosesystem von bonprix, das nach einer Testphase im Sommer gelauncht wurde und ab der Erstellung der Januarkollektion 2021 zum Einsatz kommt. Das System ermöglicht mithilfe von KI eine zuverlässigere Vorhersage darüber, wie erfolgreich sich ein Artikel verkaufen wird. Es wertet sämtliche Produktdaten von bonprix aus und stellt für die Sortimentserstellung automatisch Listen der prognostizierten Flop-Artikel bereit. Diese mit KI generierten Prognosen helfen dem verantwortlichen Produktmanagement, noch bessere Entscheidungen rund um neue Artikel zu treffen: Die schlecht vorhergesagten Produkte werden erst gar nicht ins Sortiment genommen; andere Artikel wiederum werden optimiert, beispielsweise durch Anpassung der Farben. Das Besondere: Hinter dem Prognosesystem steckt ein Machine-Learning-Algorithmus, der sich auf Basis immer neu gewonnener Informationen kontinuierlich selbst optimiert, sodass die Vorhersagen zunehmend präziser werden.

"Mit diesem neuartigen Ansatz in der Sortimentsgestaltung können wir den Wünschen unserer Kund*innen künftig noch besser gerecht werden und ihnen ein noch attraktiveres Sortiment anbieten. Das letzte Wort hat am Ende zwar noch immer der Mensch. Aber KI kann durch ihre Fähigkeit, die verschiedensten Einflussfaktoren zu berücksichtigen, wertvollen Input liefern, um die wirklich besten Styles für unsere Kund*innen zu kreieren", betont Jessica Külper, Abteilungsleiterin Supply Chain Strategy bei bonprix.

Das Tool für dieses Prognosesystem, die Artikel-spezifische Erfolgsanalyse (ASA), wurde von bonprix gemeinsam mit KI-Expert*innen von Otto Group data.works entwickelt.

Fit Finder: Die passende Größe dank KI

Darüber hinaus eignet sich KI auch, um Kund*innen konkrete Größenempfehlungen bereitzustellen. bonprix nutzt hierfür den Fit Finder, eine Entwicklung des Berliner Unternehmens Fit Analytics. Bei diesem Tool basieren die Empfehlungen auf den Angaben von bonprix Kund*innen sowie Kauf- und Produktdaten von Fit Analytics, die mithilfe von KI analysiert und ausgewertet werden. Diese Option im Webshop trägt dazu bei, dass bonprix kontinuierlich die Kund*innenbindung erhöht und die Anzahl der Retouren reduziert. Durch die höhere Passgenauigkeit können zudem auch Bestellungen von mehreren Größen und damit unnötige Wege zur Paketannahmestelle vermieden werden. Das ist positiv für die Ökobilanz - und in Zeiten von Covid-19 auch für die Gesundheit.

"Seit der zweiten Aprilwoche verzeichnen wir eine deutlich häufigere Nutzung des Fit Finders als noch vor der Corona-Pandemie. Es freut uns, dass unsere Kund*innen diesen Service in Anspruch nehmen und wir das Shoppingerlebnis dank KI weiter verbessern", sagt Stephanie Murroni, Digital Product Managerin bei bonprix.

bonprix schöpft Potenzial von KI weiter aus

bonprix wird die stetig wachsenden Möglichkeiten von KI auch künftig intensiv beobachten und weitere Einsatzszenarien ausloten. Das Unternehmen sieht zahlreiche Chancen, durch diese Technologie seine wirtschaftliche Entwicklung positiv zu beeinflussen und nachhaltig zu verbessern - sei es bei der Optimierung der Sortimentsgestaltung, des Bestandsmanagements oder auch der personalisierten Ansprache von Kund*innen. Damit unterstreicht bonprix seine Rolle als eines der erfolgreichsten E-Commerce-Unternehmen in Deutschland.

"Wir bei bonprix setzen bereits seit Jahren vermehrt auf KI, um deren Vorteile für die Zufriedenheit unserer Kund*innen und die Ausschöpfung unserer Geschäftspotenziale zu nutzen. Dabei ergeben sich immer wieder neue Chancen, besonders von der hohen Lernfähigkeit von KI zu profitieren", sagt Markus Fuchshofen, Geschäftsführer E-Commerce Management, Vertrieb Inland, Marke und Werbung bei der bonprix Handelsgesellschaft mbH.

Diese Pressemitteilung finden Sie auch im bonprix Presseportal.

Bildmaterial

Unter www.bonprix.de/corporate/presse und auf Anfrage (Copyright: bonprix)

Über bonprix

bonprix ist ein international erfolgreicher Modeanbieter und erreicht mehr als 35 Millionen Kund*innen in 30 Ländern. Das Unternehmen der Otto Group mit Sitz in Hamburg besteht seit 1986 und hat heute rund 4.000 Mitarbeiter*innen weltweit. Im Geschäftsjahr 2019/2020 (29. Februar 2020) erwirtschaftete die bonprix Handelsgesellschaft mbH einen Umsatz von 1,74 Milliarden Euro und ist damit eines der umsatzstärksten Unternehmen der Gruppe. Bei bonprix erleben Kund*innen Mode und Shopping auf allen Kanälen - online, per Katalog oder im fashion connect Store in Hamburg. Den Hauptanteil des Umsatzes macht mit über 85 Prozent der E-Commerce aus. In Deutschland gehört www.bonprix.de zu den zehn umsatzstärksten Onlineshops und ist im Bereich Fashion die Nummer 2.*

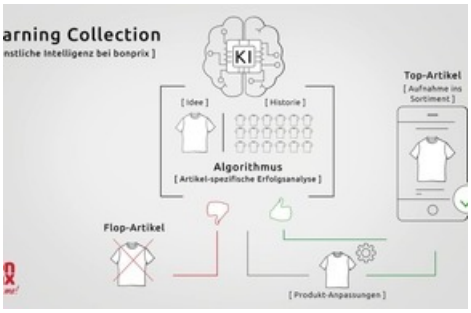
Mit den Eigenmarken bpc, bpc selection, BODYFLIRT, RAINBOW und John Baner vertreibt bonprix ausschließlich eigene Mode mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Sortiment umfasst Damen-, Herren- und Kindermode, Accessoires sowie Home- und Living-Produkte.

**Quelle: Studie "E-Commerce-Markt Deutschland 2019" von EHI Retail Institute/Statista*

Pressekontakt:

bonprix Handelsgesellschaft mbH
Marleen Kort: +49 (0)40 / 64 62-4053
Jan Starken: +49 (0)40 / 64 62-6010
E-Mail: corporate@bonprix.net
Presseportal: www.bonprix.de/corporate/presse

Medieninhalte



Die Learning Collection von bonprix ist ein auf Künstlicher Intelligenz basiertes Prognosesystem zur Erstellung von Sortimenten. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/59646 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/bonprix Handelsgesellschaft mbH"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100066789/100855001 abgerufen werden.