



FASHION CLOUD

We believe in the future of the wholesale community.

#CREW
LOVE



35 Mitarbeiter

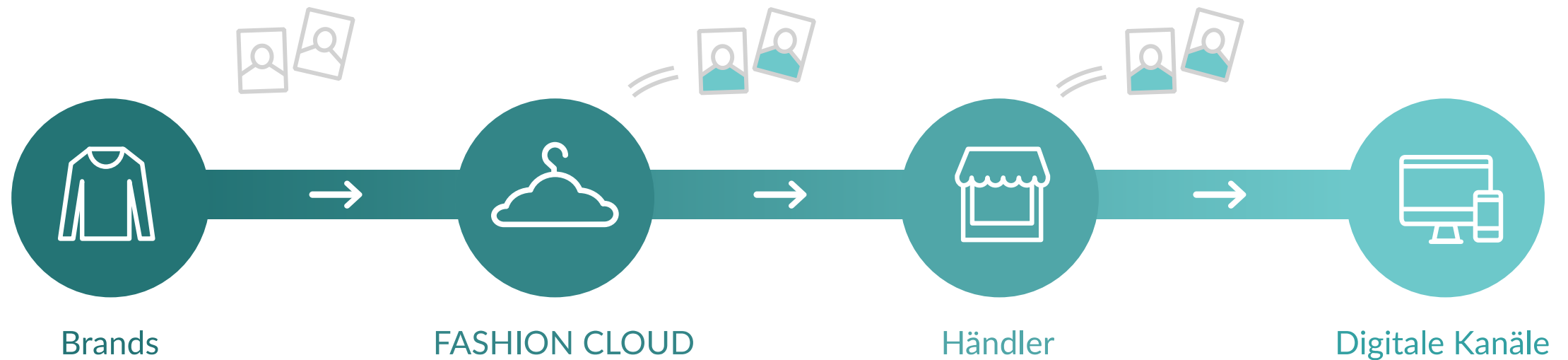
11 Nationen

based in Hamburg



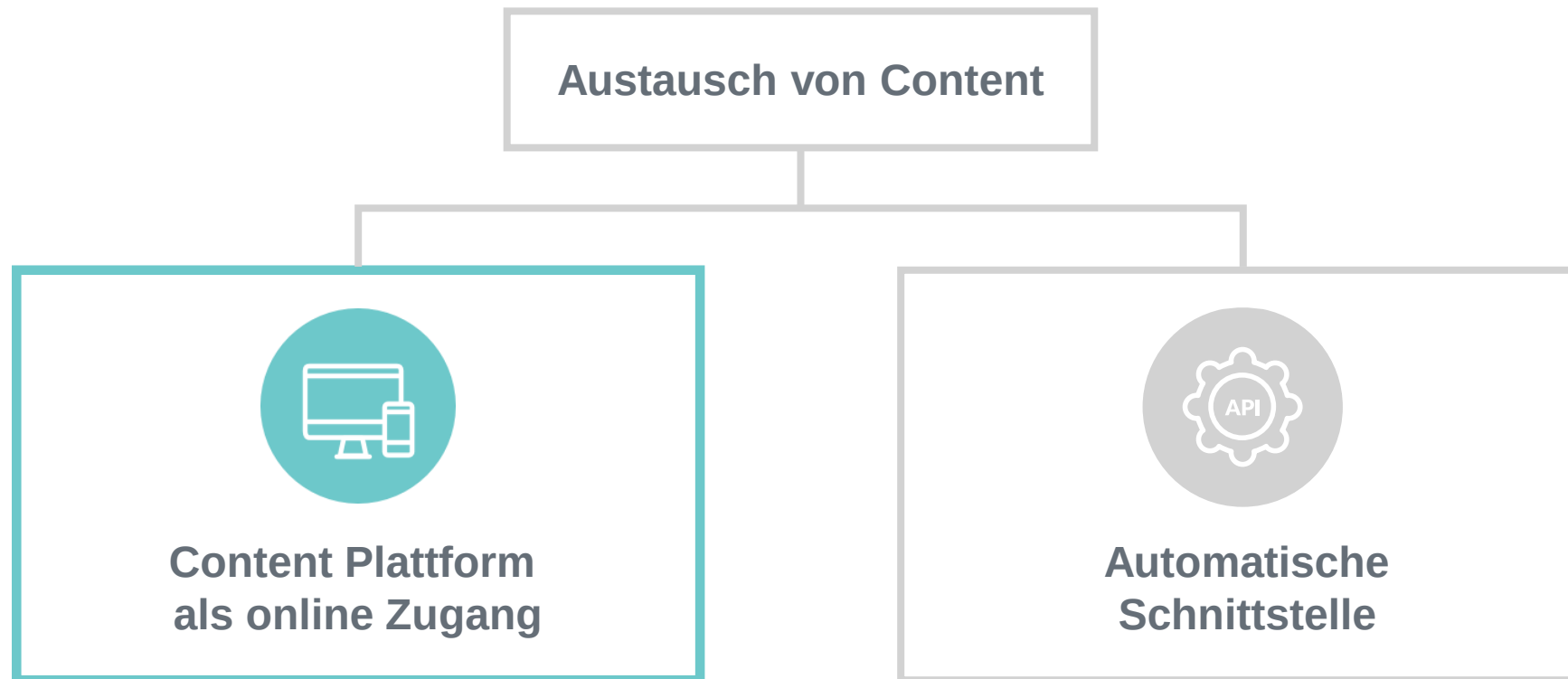
Agenda

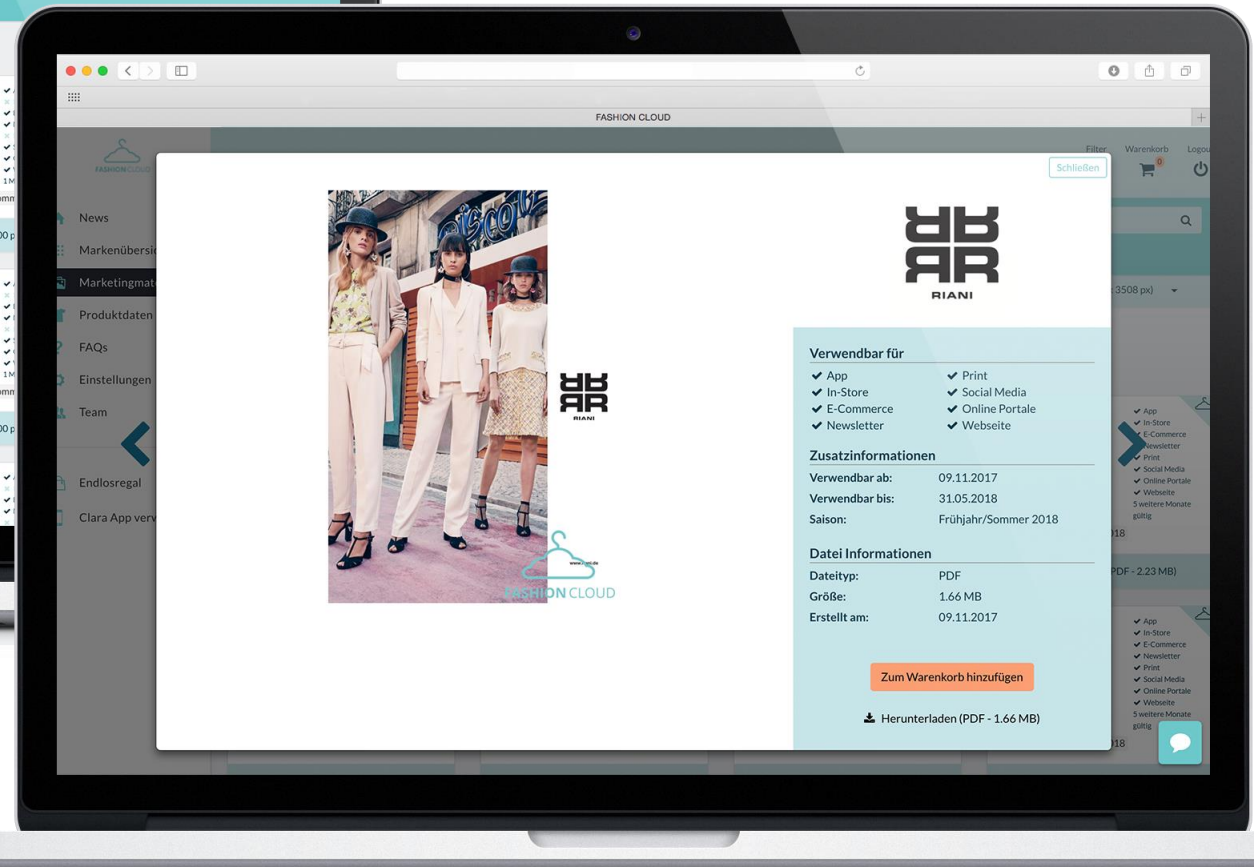
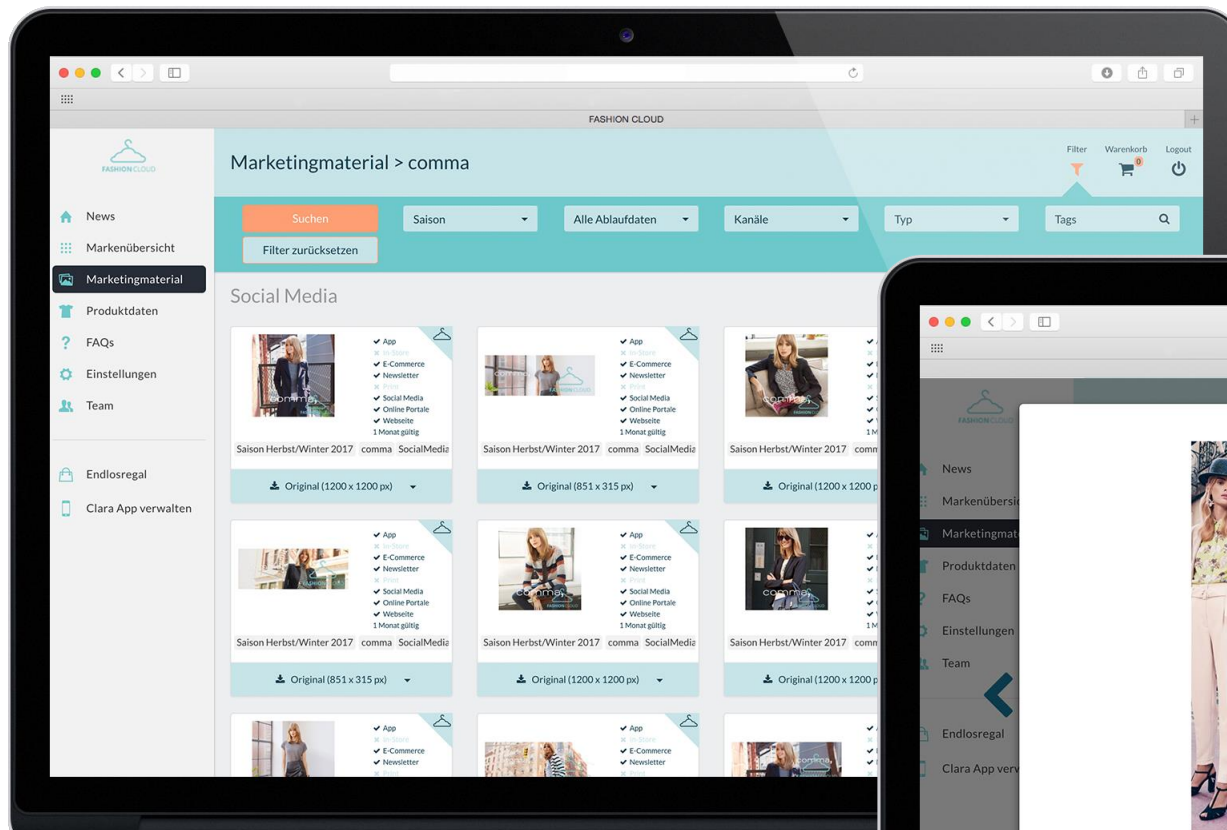
1. FASHION CLOUD | Content / Update
2. FASHION CLOUD | Endlosregal und Clara



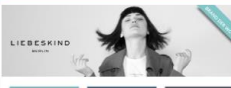
Die Content Plattform für Produktbilder, Videos und Marketingmaterial zwischen Brands und Händlern.

Der Content-Austausch kann für den Händler auf zwei Wegen erfolgen









247
Brands
(+4)

18.443
Marketing Dateien
(1.178 neu)

2.653.994
Produkte
(+44.972)

HI CLOUD RIDER,

wir präsentieren heute Liebeskind Berlin, die neue Premium Brand bei FASHION CLOUD! Auf unserer Content Plattform findest du vielseitiges Marketingmaterial und Produktdaten des Labels aus der Hauptstadt. Viel Spaß beim Stöbern!

Eine erfolgreiche Woche wünscht,
Team FASHION CLOUD

[HIER GEHT'S ZU FASHION CLOUD](#)

BRAND UPDATES



Anna Justper®



BELIEBTE DOWNLOADS DER LETZTEN WOCH



NEUES MARKETINGMATERIAL

- AMBER & JUNE
- Anna Justper
- BASEFIELD
- BENVENUTO
- Betty Barclay
- camel active
- CITO
- CLARINA
- COMMANDER
- ESGE
- Fashionics by Tamaris
- (neu)
- FRY DAY
- GANT
- Gerry Weber
- Gerry Weber Casual
- Gerry Weber Edition
- Gil Bret
- IN LINEA
- JETTE fashion
- LASCANA
- Liebeskind Berlin (neu)
- Marcel Osterlag X
- Tamaris (neu)
- MORE & MORE
- Otten
- ONE MORE STORY
- Pompadour
- RIANI

NEUE PRODUKTDATEN

- Atelier GARDEUR
- camel active
- CASAMODA
- EUREX by BRAX
- FRANK WALDER
- Fuchs Schmitt
- HUBER Bodywear
- IN LINEA
- JACK&JONES
- Jacqueline de Yong
- Jacques Britt
- JETTE fashion
- JUNAROSE
- MAMALICIOUS
- MORE & MORE
- NAME IT
- NOISY MAY
- ONLY
- ONLYASONS
- PIECES
- Q/S designed by
- s.Oliver BLACK LABEL
- s.Oliver RED LABEL
- SELECTED FEMME
- SELECTED HOMME
- SKINY
- TUZZI
- Vero
- VERO MODA
- VILA





247
Brands
(+4)

18.443
Marketing Dateien
(1.178 neu)

2.653.994
Produkte
(+44.972)

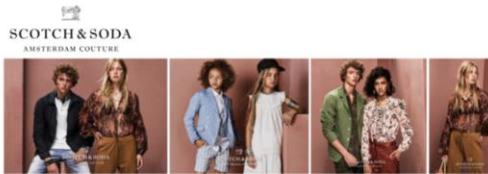
HI CLOUD RIDER,

wir präsentieren heute Liebeskind Berlin, die neue Premium Brand bei FASHION CLOUD! Auf unserer Content Plattform findest du vielseitiges Marketingmaterial und Produktdaten des Labels aus der Hauptstadt. Viel Spaß beim Stöbern!

Eine erfolgreiche Woche wünscht,
Team FASHION CLOUD

[HIER GEHT'S ZU FASHION CLOUD](#)

BRAND UPDATES



Anna Justper®



BELIEBTE DOWNLOADS DER LETZTEN WOCH



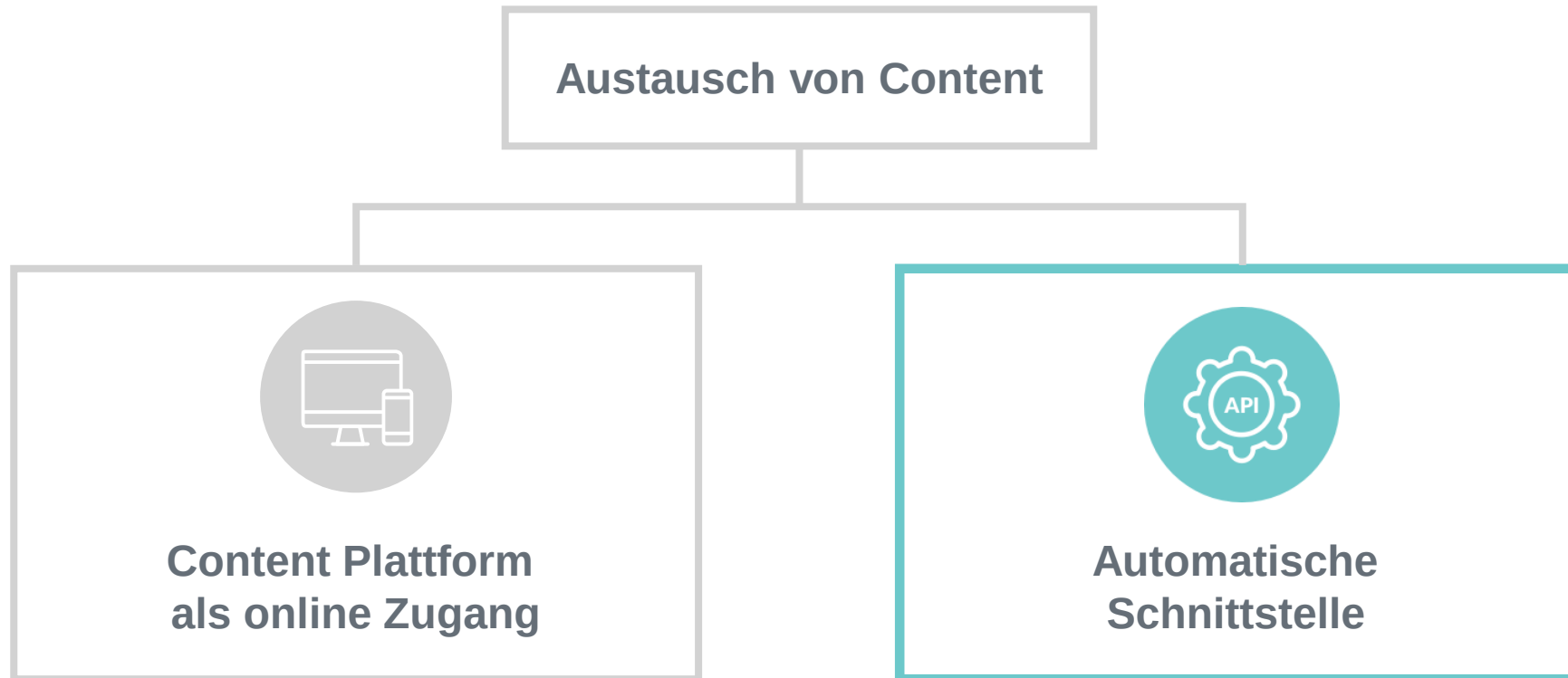
LIEBLINGSSTOCK
STOCK- & CONTENT-PLATFORM

BRAX
FEEL GOOD

TOM TAILOR
STYLING

FASHION CLOUD informiert Ihre Marketingabteilung, sobald neuer Content verfügbar ist.

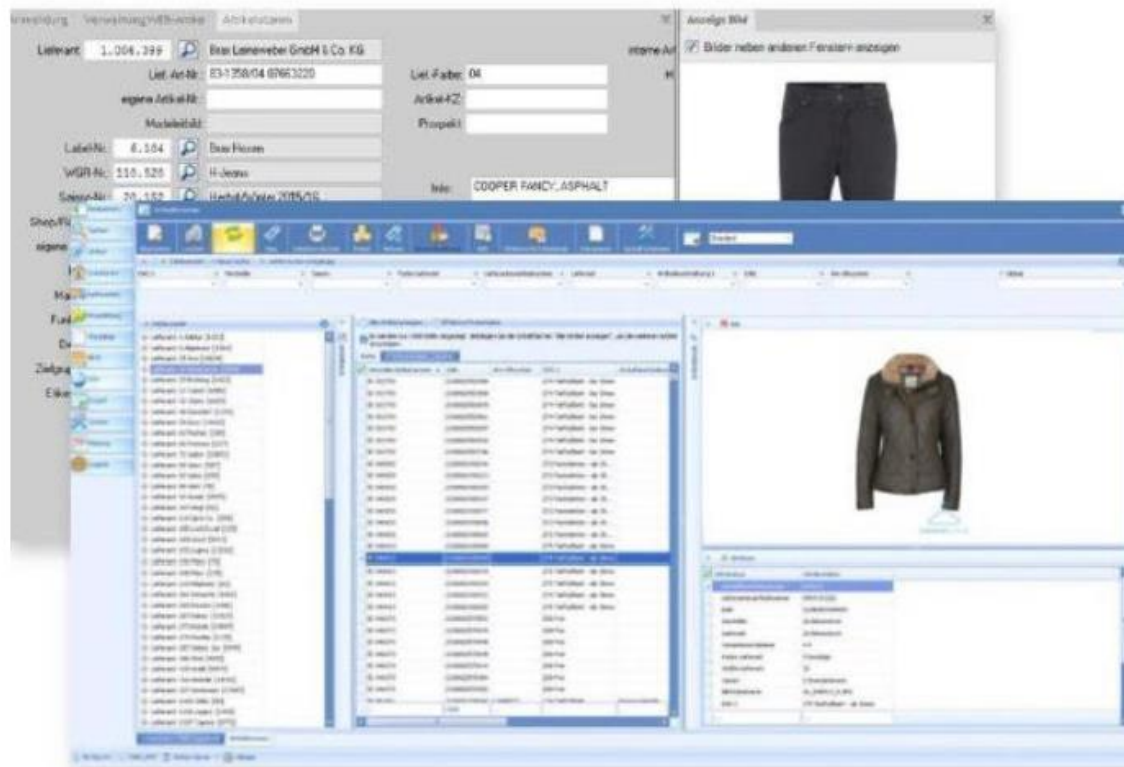
Der Content-Austausch kann für den Händler auf zwei Wegen erfolgen



FASHION CLOUD hat eine Vielzahl von automatisierten Schnittstellen (API) zum Handel



FASHION CLOUD ermöglicht via API z.B. die automatische Integration der Bilder und Produktdaten in das ERP System des Händlers und schafft damit ein besseres Reportingergebnis

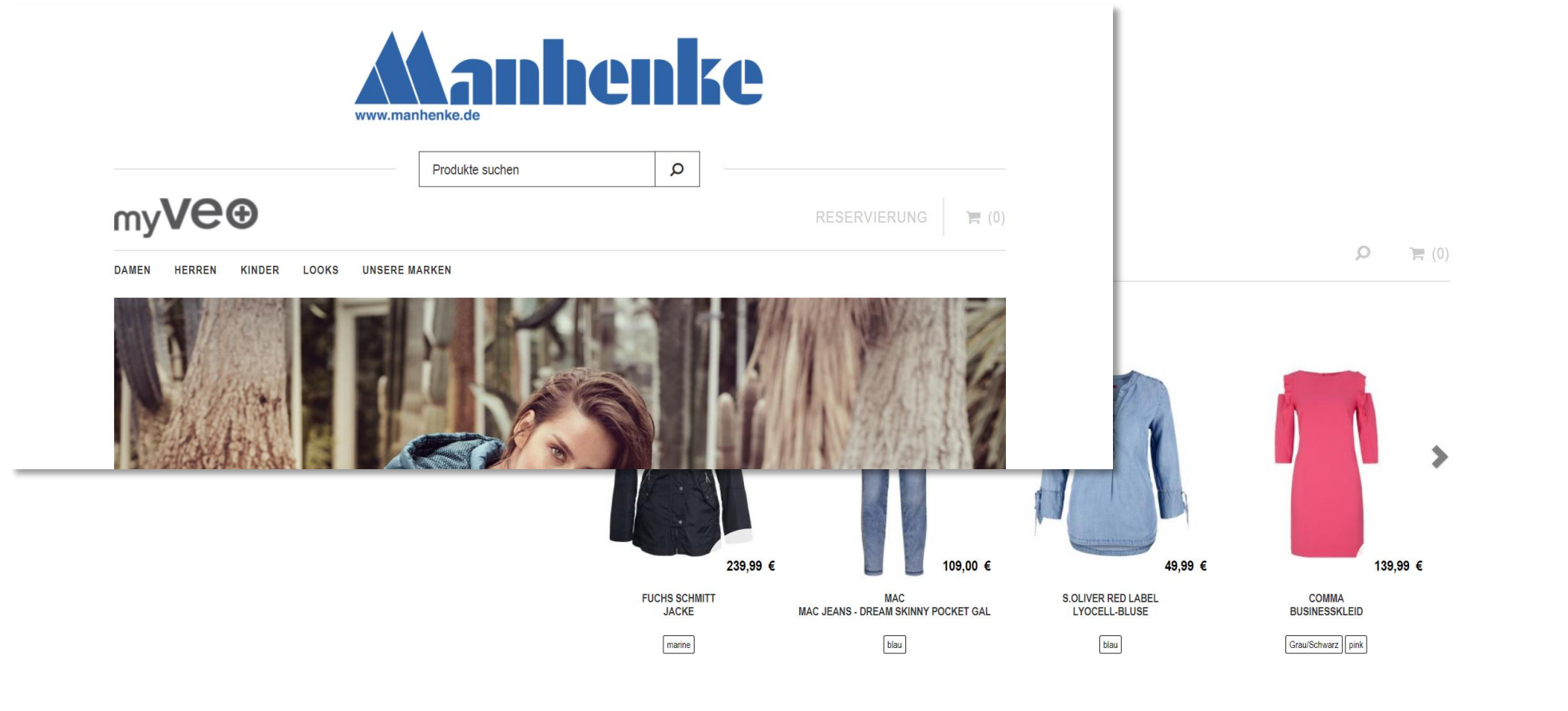


Integrationen zu den
führenden
Warenwirtschafts-
anbietern vorhanden

FASHION CLOUD hat eine Vielzahl von automatisierten Schnittstellen (API) zum Handel



Beispiel Digitales Schaufenster – Kooperation mit Katag myVEO









DIGITALISIERUNGSPASS

FRÜHJAHR/SOMMER 2018

Marke

Im Folgenden wird die digitale Kooperationsfähigkeit in den Bereichen Marketingmaterial, Produktdaten und EDI des Lieferanten dargestellt.

Die Qualität der auf FASHION CLOUD bereitgestellten Daten wird in drei Bewertungsstufen gemessen. Die Stufen orientieren sich an den jeweiligen Anforderungen des Handels. Bronze, Silber und Gold stehen für die Qualitätsstufen „Ausreichend“ bis „Sehr gut“.

Dieser Digitalisierungspass bezieht sich ausschließlich auf die Daten der Saison Frühjahr/Sommer 2018.

Zusammenfassung der Ergebnisse des Digitalisierungspasses, Stand Januar 2018:

Marketingmaterial	Produktdaten	EDI-fähig
SILBER	n.a.	JA

Die Marke M hat mit ihrem Marketingmaterial folgenden Status erlangt:

SILBER







DIGITALISIERUNGSPASS

FRÜHJAHR/SOMMER 2018

MARKETINGMATERIAL

Frühjahr/Sommer 2018

22.11.2017

AUSLIEFERUNG F/S

ZEITPUNKT DES GROSSTEN HÄNDLERBEDARFS

Bedarf der Händler für das F/S Marketingmaterial am größten ist. Ebenso wird gezeigt, in Marketingmaterial für die F/S Saison auf FASHION CLOUD gestellt haben.

Der unten genannten Qualitätsstufen gemessen.

Golf man	Bronze	Silber	Gold
1	<1000 px	>1000 px	>3000 px
JPG/TIFF/PNG	JPG/TIFF/PNG	JPG/TIFF/PNG	JPG/TIFF/PNG
CMYK oder RGB	CMYK oder RGB	CMYK oder RGB	CMYK und RGB
NEIN	NEIN	JA	JA
NEIN	NEIN	JA	JA







DIGITALISIERUNGSPASS

FRÜHJAHR/SOMMER 2018

2.3 QUALITÄT

Folgende Darstellung zeigt, welche Kriterien die auf FASHION CLOUD verfügbaren Produktdaten erfüllen.

BERTO Golf man	Bronze	Silber	Gold
1	<1000 px	>1000 px	>3000 px
JPG/TIFF/PNG	JPG/TIFF/PNG	JPG/TIFF/PNG	JPG/TIFF/PNG
CMYK oder RGB	CMYK oder RGB	CMYK oder RGB	CMYK und RGB
NEIN	NEIN	JA	JA
NEIN	NEIN	JA	JA

he erfüllt werden müssen, um den Status Bronze, Silber oder Gold zu erlangen. In der der Marke aufgeführt, die zur untenstehenden Beurteilung führen.

mehr als 60% der gelieferten Datensätze das entsprechende Attribut aufweisen.

Golf man hat mit ihren Produktdaten folgenden Status erlangt:

n.a.

Digitalisierungspass

- Gibt ein Feedback über die digitale Kooperationsfähigkeit der Brands
- Erscheint 2 Mal pro Jahr vor Beginn einer Einkaufsphase
- Der Digitalisierungspass erscheint in Kooperation mit:

GermanFashion
Modeverband Deutschland e.V.

BTE
Handelsverband
Textil

Ein Auszug der Partner auf Handelsseite

RAMELOW
Das Mode- und Markenhaus


HENSCHEL

AppelrathCüpper


CJ SCHMIDT
SEIT 1876 IN HUSUM

Jost *zieht an.*

fuchsweber
Schöne Sachen. Gutes Gefühl.

L&T

bredl

GALERIA **KAUFHOF**

Baltz
BOCHUM

 **stackmann**
MODE & STIL

wellner
zeit für mode

REISCHMANN

dodenhof

engelhorn

Magemeyer

BOCKMANN
Modehaus

 **Leffers**
Treffpunkt Mode

Michelberger

MODE UND MENSCHEN
GARHAMMER

ROBERT LEY


ZINSER

Oberpaur

mohr.

3.000 Händler sind
bereits angemeldet

Ein Auszug der bereits vertretenen Lieferanten

BRAX
FEEL GOOD

s.Oliver

Marc O'Polo

**BB
RR**
RIANI


LIEBLINGSSTÜCK
Lovely knit & womenswear

 **TONI**


RAFFAELLO
ROSSI

TOMMY

HILFIGER


TOM TAILOR
EST. 1962

Betty Barclay

LLOYD
GERMANY

CAMBIO


BESTSELLER®

MARCCAIN

GANT

LIEBESKIND
Berlin

CECIL

≡ **S P R I T**


SCOTCH & SODA
AMSTERDAM COUTURE

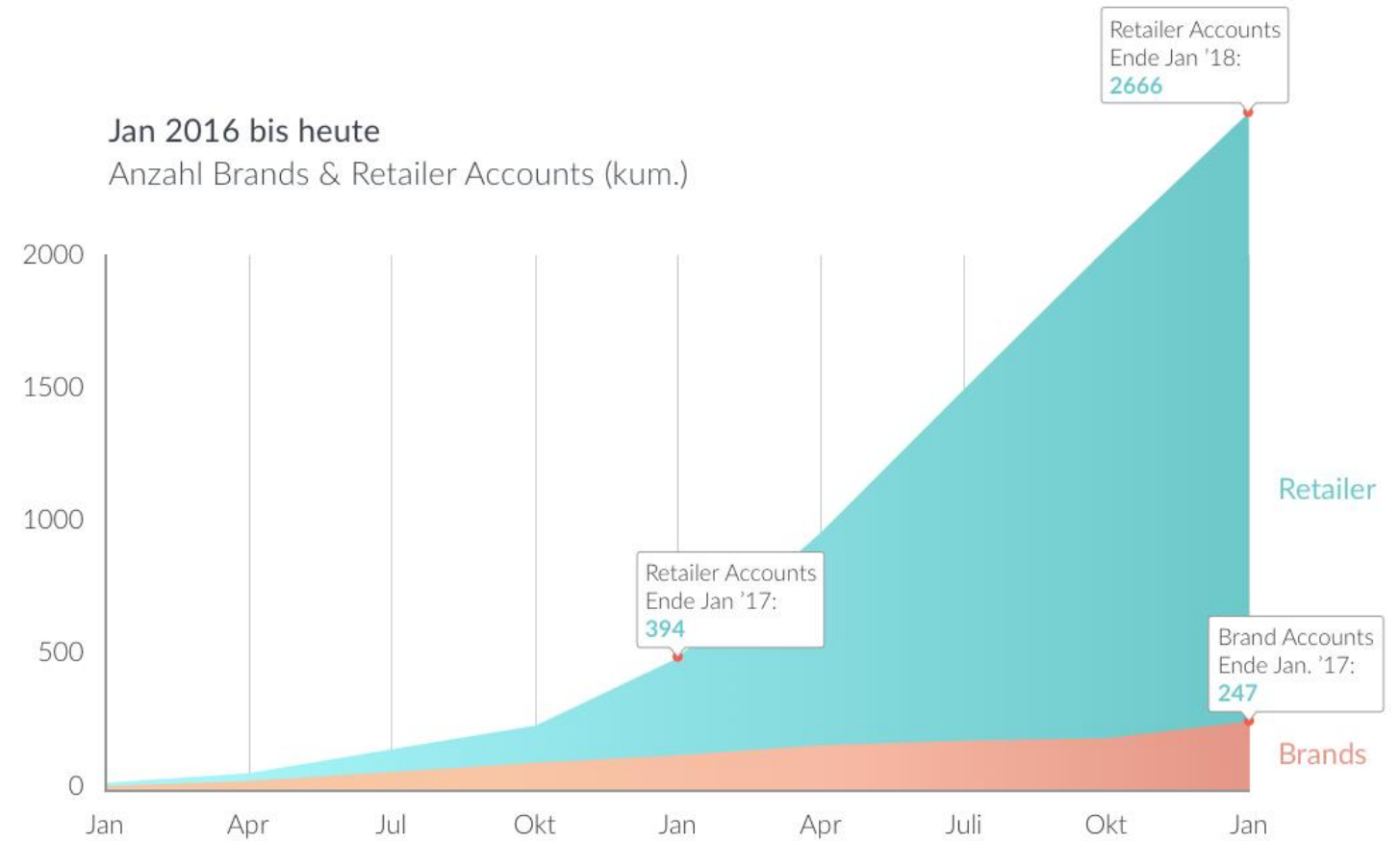
Tamaris

MAC

Über 250 Brands sind
bereits dabei

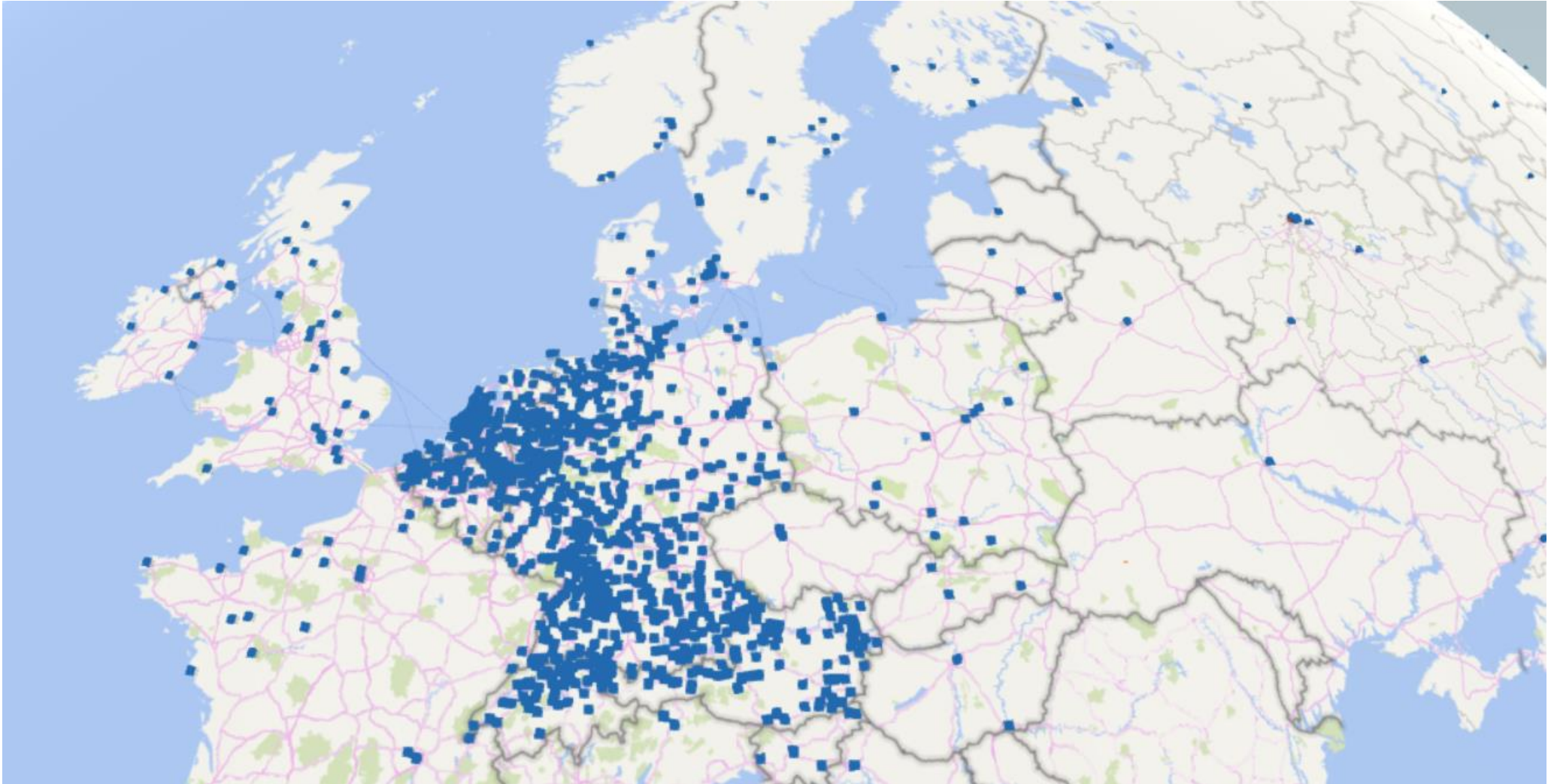
Entwicklung der registrierten Händler und Brands

Über 3.000 (ca. 10.000 POS)
Händlerorganisationen sind auf
FASHION CLOUD angemeldet



Händler aus über 50 Ländern auf FASHION CLOUD

Internationales Wachstum (registrierten Händler)





Agenda

1. FASHION CLOUD | Content / Update
 2. FASHION CLOUD | Endlosregal und Clara
-



Timo informiert sich Online
über die neusten Mode Trends.

Dabei hat Timo eine Hose der
Marke Brax gefunden.

Auf der Homepage des
Modehauses vor Ort entdeckt
Timo, dass die Marke Brax
geführt wird.



Timo geht zu Iff, um eine Hose zu kaufen.

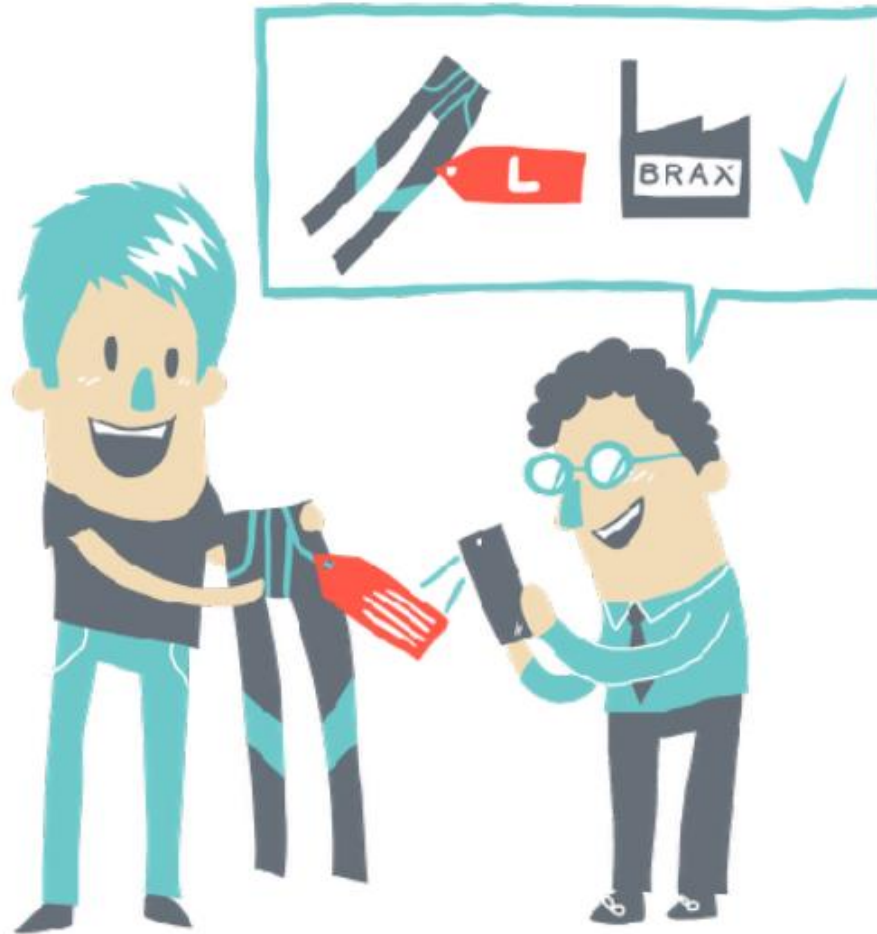
Eine Hose nach seinen Vorstellungen ist gefunden - nur leider nicht in seiner Größe.



Timo hat folgende Optionen ...

- Er kauft in einem anderen Laden
- Er kauft eine andere Hose
- Er bestellt online
- Er kauft nichts

Kunden kaufen zunehmend woanders oder gar nicht, wenn das Lieblingsteil fehlt.



Der Verkaufsberater zückt sein Smartphone und scannt die Hose. Sofort wird ihm angezeigt, dass die Hose auch nicht mehr im Lager oder Schaufenster vorhanden ist.

Allerdings ist die Hose noch im Lager von Brax verfügbar.

Der Verkaufsberater löst über sein Smartphone direkt eine Nachbestellung aus.



Die Endlosregal-Anbindung kann auf zwei Wegen erfolgen

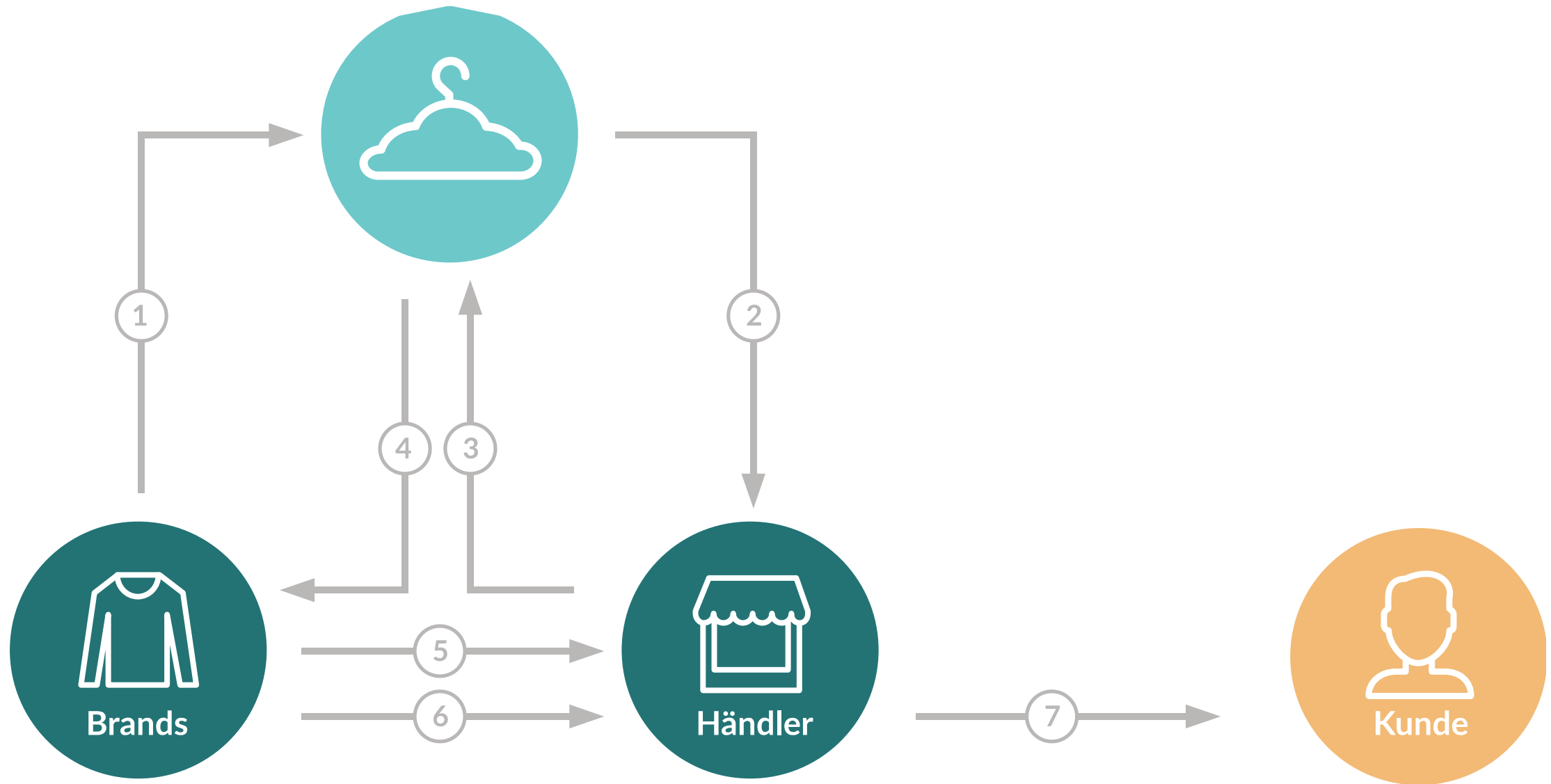
Zugriff auf das Endlosregal



Die Clara App

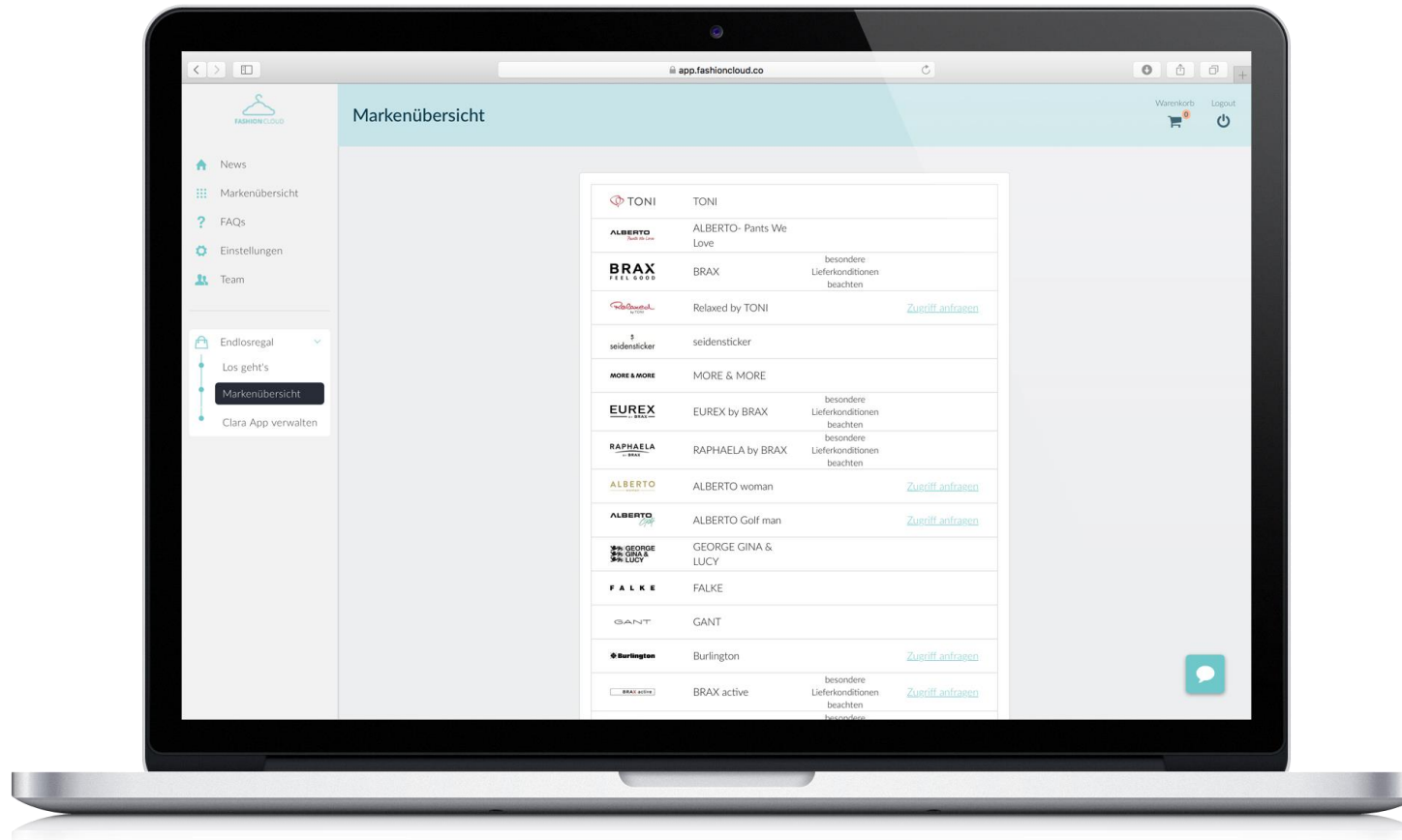


API zu etablierten
Marktlösungen



A woman with curly hair, wearing a dark dress with a white floral pattern, is shown from the side, focused on packing items into a cardboard box. She is in a closet, with various clothes hanging in the background. The scene is dimly lit, with a soft purple or blue tint. The text 'Clara App' is overlaid in the center in a white, bold, sans-serif font.

Clara App



Freischaltung des Händlers für das Endlosregal

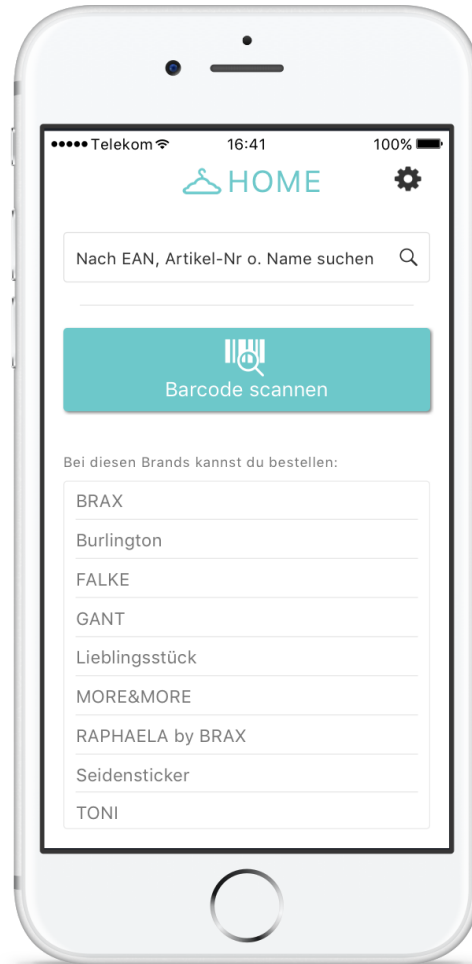
- Einmalige, kostenfreie Registrierung des Händlers auf FASHION CLOUD
- Zugriff des Händlers auf Lagerbestände nur nach Freischaltung durch die Brand



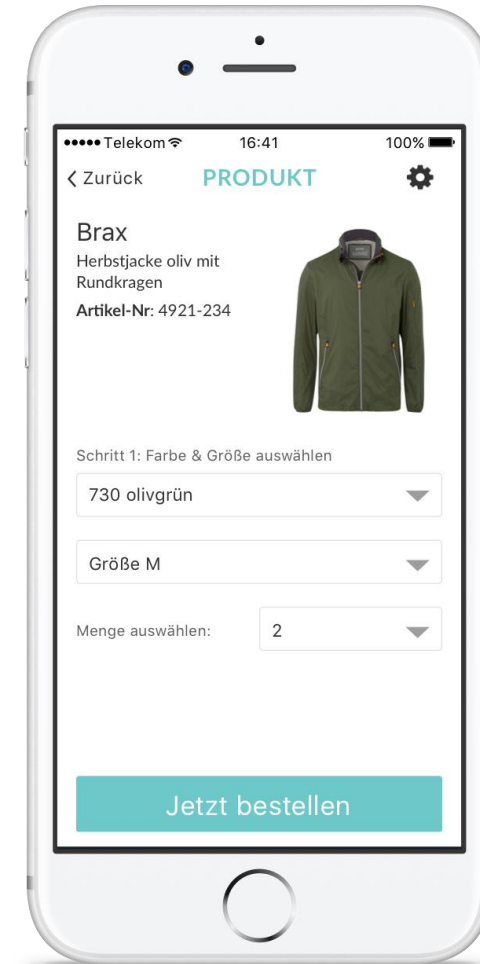
- Kostenfrei für den Händler
- Im Appstore und Google Play Store erhältlich

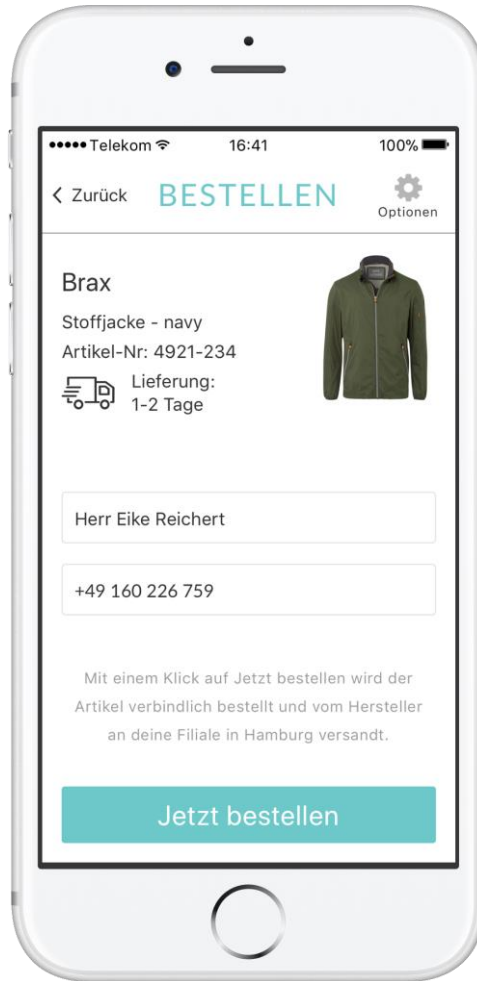


Die Clara App – Anmeldung



- Suche über EAN, Artikelnummer, Name oder Barcode Scan
- Ohne Schulung einfach zu bedienen





- Eingabe des Kundennamens und Telefonnummer
- Abschluss der Nachorder über Bestell-Button



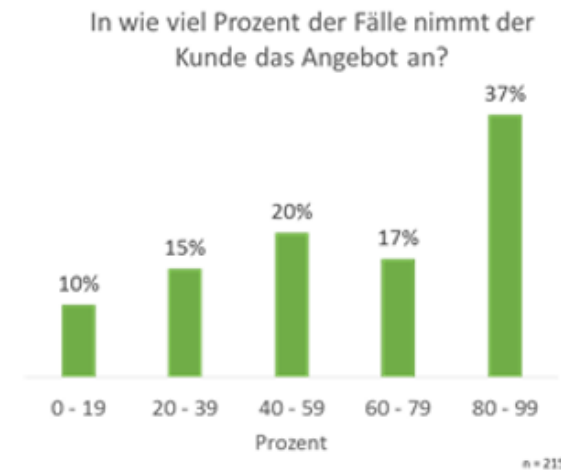
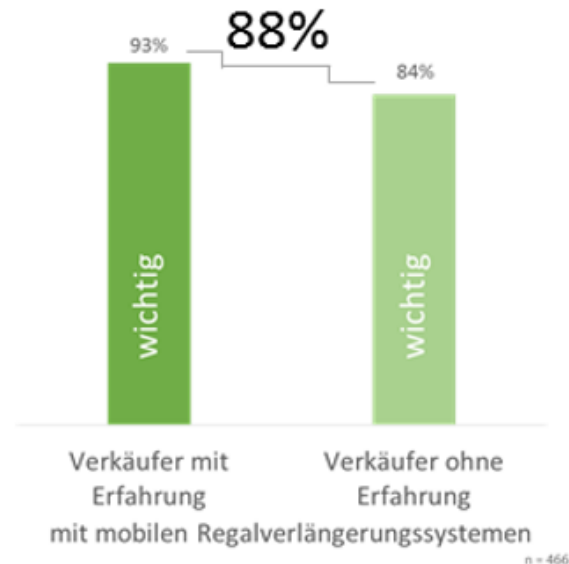
Zugangsdaten für den Clara Test Account

Unternehmen:	FASHION CLOUD Test
Username:	Erfa
Passwort:	clara

Studie zu Regalverlängerung -> Ausblick auf Ergebnisse

Wie schätzt das Verkaufspersonal die Bedeutung der Regalverlängerung ein?

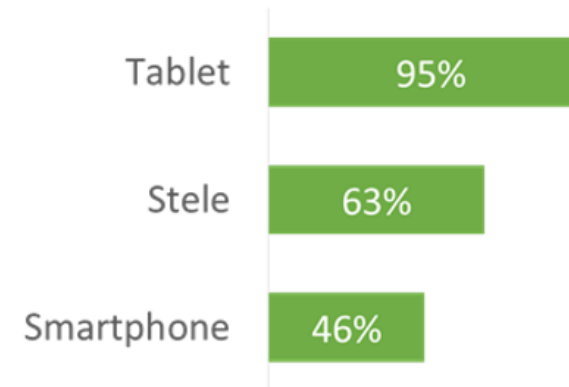
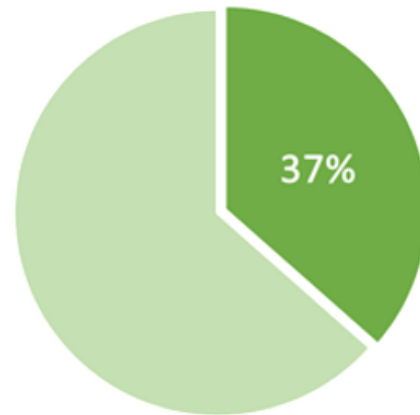
Für **88%** der Verkäufer sind Regalverlängerungssysteme wichtig für die Zukunftsfähigkeit des Modehandels



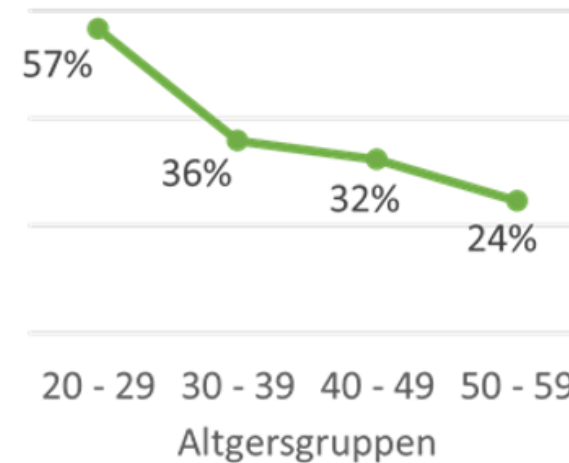
Mit Regalverlängerung vertraute Verkäufer schätzen im Mittel, dass der Kunde in **61%** der Fälle, das Angebot etwas für ihn zu bestellen annimmt

Welche Endgeräte bieten sich beim Einsatz der Regalverlängerung an?

Nur **37%** der Verkäufer sind bereit ihr eigenes Smartphone zur Regalverlängerung einzusetzen

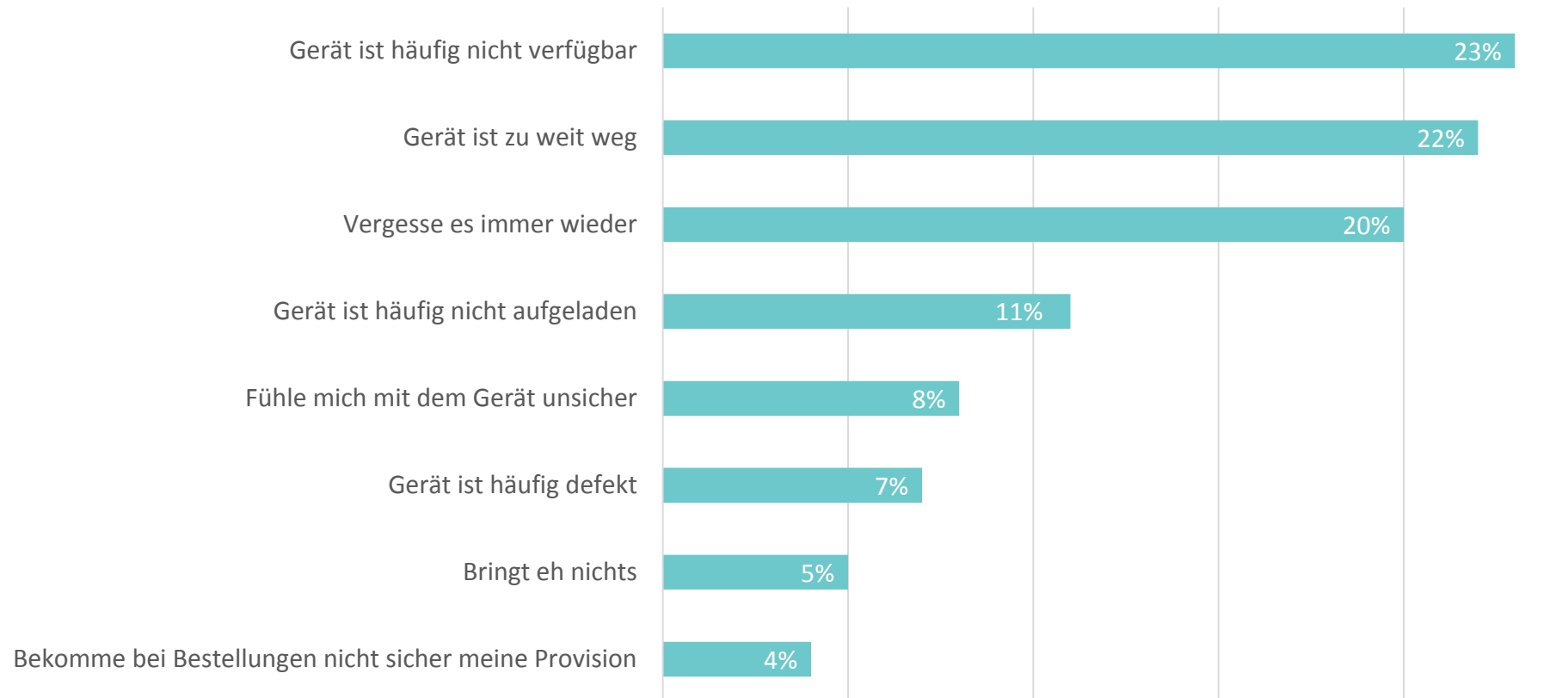


95% der Verkäufer halten Tablets für geeignet oder eher geeignet zur Aufnahme von Bestellungen

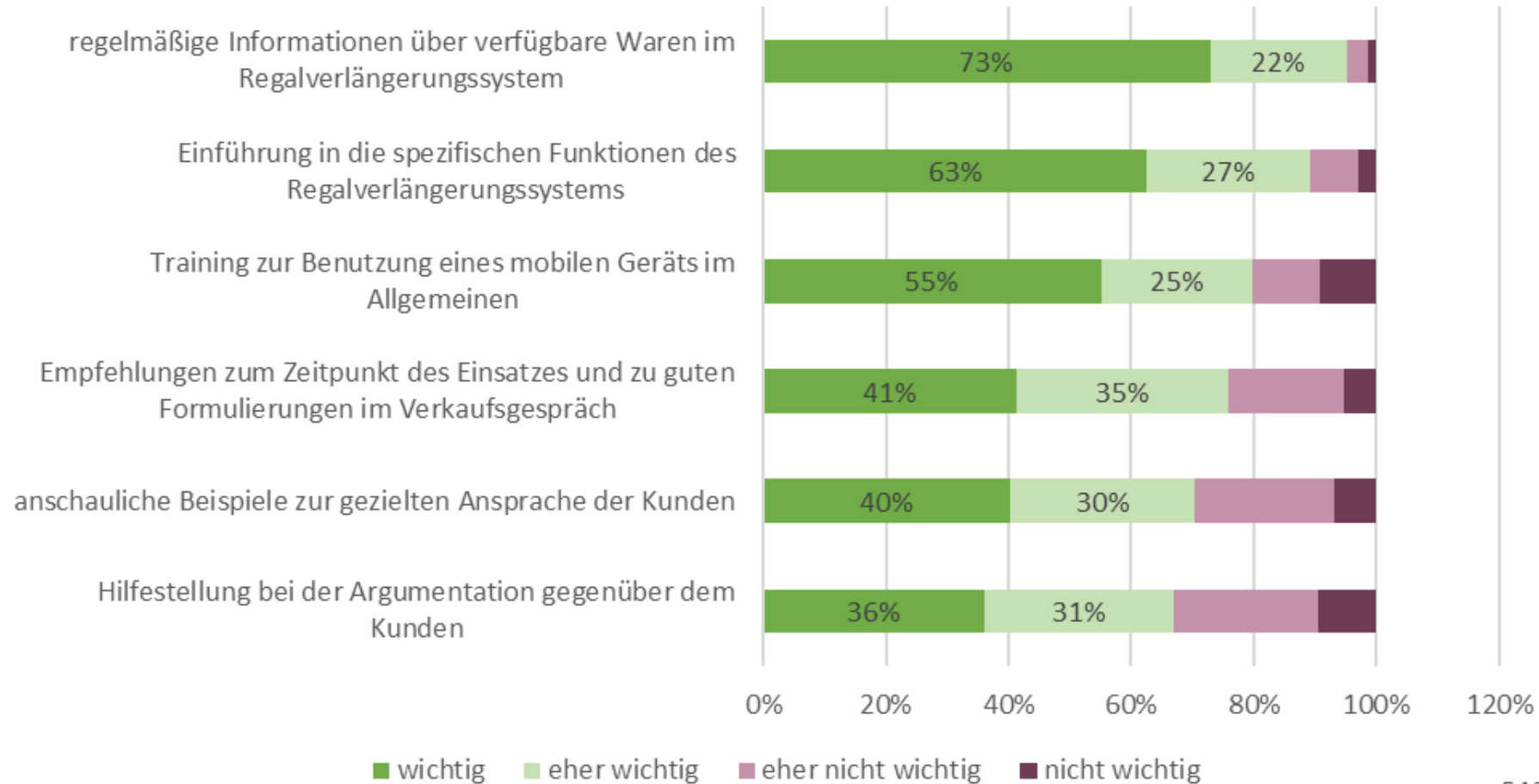


57% der Verkäufer zwischen 20 und 29 würden ihr eigenes Smartphone zur Regalverlängerung nutzen

Woran scheitert der Einsatz der Regalverlängerung in der Praxis?



Welche Unterstützung benötigen Sie bei der Einführung von Regalverlängerungssystemen?



Erfahrungswerte dem Endlosregal

Ø **80%**

Kunden holen ihre
Kleidungsstücke ab

Ø **60%**

Kunden kaufen bei der
Abholung ein Zusatzteil

„Die Abholquote liegt bei 75%“

Clara Becker, Digital Operations Manager - Modehaus
Ramelow

„80% bis 90% der Bestellungen werden abgeholt“

Uwe Hollstein – Geschäftsführer Modehaus Rummel

„Mehr als 90% der Ware wird auch abgeholt“

Andreas Ring, Geschäftsführer – Summersby Braunschweig

✓ Umsatzerhöhung

Anzahl der Kundenbesuche ohne Kauf	90.361	90.361
davon % aufgrund Nicht-Verfügbarkeit	10%	9.036
davon % die das Endlosregal Angebot nutzen	15%	1.355
davon % Umsatzbedeutung der teilnehmenden Endlosregal-Marken	30%	407
davon % Abholquote	80%	325

➔ 325 Kunden x 83 EUR = 27.000 EUR

Zusatzverkäufe bei Abholung (Annahme = 40 EUR pro Bon)	50%	203
--	-----	-----

➔ + 8.133 EUR = **35.133 EUR**

+1,4 %

✓ Verbesserung der erzielten Kalkulation

Verringerter
Wareneinsatz



Verbesserte erzielte Kalkulation, da durch
Regalverlängerung i.d.R. zu
Schwarzpreisen verkauft wird

Auszug der bereits vertretenen Brands

BRAX
FEEL GOOD

GANT

LLOYD
GERMANY

DIGEL
THE MENSWEAR CONCEPT

F A L K E


LIEBLINGSSTÜCK
LoveLy knit & womenswear

GERRY WEBER

 **TONI**


seidensticker

LASCANA
— It's a woman's world —

MORE & MORE

mey

Marc O'Polo

ALBERTO
Pants We Love

MARCCAIN

KK
K A T A G
THE FASHION PEOPLE

Betty Barclay

T
TIMEZONE

 **GEORGE
GINA &
LUCY**



**We believe in the future
of the wholesale community.**



René Schnellen
rene.schnellen@fashion.cloud
+49 (0) 160 1264 746

www.fashion.cloud