

PRESSENEWS

dmexco2012: BLUETRADE blickt auf das E-Commerce für 2020

Futura in Progress - und das schnell: Vom Lebensstil der Zukunft

Köln, 13.09.2012.

Geballte Kraft von Formel 1-Motoren gleich klang es, was gestern im Work Lab 2 auf der dmexco vorgetragen wurde. Wer sich mit seinem Wissen um die Veränderung der Kommunikation und ihren Medien schon in der Zukunft sah, wurde von den Fachreferenten nochmals von rechts überholt.

„Wir befinden uns in einem nie zuvor geahnten Umbruch. Vieles ist schon in absehbarer Zeit möglich, Vieles wird im rasanten Tempo überholt. Mit unserem jetzigen Wissen blicken wir in die Welt 2020 – um die Trends im E-Commerce zu erspüren, die bleiben oder gehen“, sagt Joubin Rahimi, Geschäftsführer von BLUETRADE, einem aufstrebenden E-Commerce-Unternehmen. Sich Information zu verschaffen, wird das A und O für die Orientierung im Leben bleiben – aber wie?

Joubin Rahimi brachte auf anschauliche Art die Comicfigur „Maria Futura“ ins Spiel: Sie ist heute 16 Jahre alt, ein ganz normaler Großstadt-Teenie, mit Smartphone, Spielkonsole und TV. Mit 24, in 2020, wird ihr Alltag als junge Frau wohl etwas anders aussehen, als der der jetzt Gleichaltrigen: Dazu 5 Thesen für die Zukunft in 8 Jahren: 1. Die Spracherkennung schlägt alle bekannte Touch-Endgeräte – demnach wird Maria durch eine Stimme nach ihrem Biorhythmus geweckt - und sie gibt mündlich den Befehl zum automatischen Kaffeekochen. 2. Journalisten schreiben personalisierte Contents. Maria hört Wirtschaftsnachrichten und Staumeldungen im personalisierten Radio. 3. TV und Radio sind altgediente Dinosaurier, sie sterben aus. 4. Das Einkaufen regelt die "urban lady" dann über das Gespräch mit ihrer Datenbank, die ihr Verhalten kennt und ihr das Richtige vorschlägt. Die „Big Data“ wird dann für alle von uns verfügbar sein. 5. Pure Online-Player werden nur in Nischen zu finden sein. Pure Multichannel-Player sind eine vom Aussterben bedrohte Spezies.

Wer sich umschaute in dieser IT Community merkt gleich: Hier tummelt sich jede Menge fachliches Know-How im Work Lab 2: Online-Marketing für Drogerien und Textilien, Mobilfunk-Onlineshops, Autoportale, Versicherungen, Informatikstudenten und vor allem: Konsumenten - für alle tut sich ein Stück Zukunft auf. Es geht weiterhin um die Entschlüsselung des Käuferlebnisses, um die Emotionalisierung der Produkte und Dienstleistungen - On und Offline bestimmt das Sein. Und das wird von Männern und Frauen unterschiedlich verstanden und erlebt. Die weibliche Surferin ist eine komplexere Käuferin, da sie den Vergleich von Form, Farbe und Preis anstrebt: Zalando hat das gut verstanden. Männer hingegen kaufen dezidiert nach Preis und Schnelligkeit, bevorzugen den zeitlichen Mehrwert. Beide ist eines aber gleich wichtig: das Vertrauen in den E-Shop der Zukunft, die Basis zum Kauf.

Für Maria Futura wird alles um Einiges einfacher – von Convenience geführt. Alles ist nur noch eine Frage der Zeit.

<http://www.bluetrade.de/>

Falls Sie weitere Informationen über BLUETRADE wünschen, kommen Sie noch heute auf den Stand

BLUETRADE
Halle 7, Stand A 035
dmexco2012, Köln

vorbei und sprechen Sie Herrn Rahimi direkt an oder senden Sie Ihre Fragen an mich zu. Gerne helfe ich Ihnen weiter.

Viele Grüße aus Köln,

Claudia Palozzo
IMA Institut Hamburg
Pressekontakt BLUETRADE
Tel.: +49 40 3096960
Mobil: +49 172 5113347
Fax: +49 40 30969666
Email: <mailto:c.palozzo@ima-gination.de>
<http://www.ima-gination.de>

Über BLUETRADE

Unter dem Namen BLUETRADE führen Joubin Rahimi (Köln) und Mitgeschäftsführer Andreas Christiani (Dortmund) seit Mitte 2010 die langjährigen Erfahrungen zusammen, die sie als IT-Strategen mit dem WebSphere-Commerce-System aus dem Hause IBM gesammelt haben. BLUETRADE verwandelt eine gute Geschäftsidee zum zuverlässigen Internetgeschäft. BLUETRADE ist kein herkömmlicher E-Commerce-Dienstleister oder Betreiber von üblichen Shopsystemen, sondern steht für eine ganzheitliche E-Business-Strategie, die das Potenzial einer Geschäftsidee umfassend ausschöpft, wo sie Gewinn bringt - im Marketing und Vertrieb.