

HPE 
GreenLake

Umfassend vernetzter Einzelhandel

The Home Depot nutzt HPE GreenLake for Networking, um das Einkaufen im Laden und im Web miteinander zu verbinden und für ein nahtloses Kundenerlebnis zu sorgen



Millionen von Menschen haben während der Pandemie ihr Zuhause verschönert und damit für einen enormen Anstieg der Online- und Ladengeschäft-Verkäufe von The Home Depot gesorgt. Dank seiner strategischen Investition in sichere Konnektivität konnte das Einzelhandelsunternehmen sein Wachstum in einer Zeit großer Unsicherheit beschleunigen und in beispiellose Höhen treiben. Da man nun mehr erreichen und mehr an den Edge verlagern kann, profitieren die Kunden jetzt von diesen Vorteilen – vom komfortablen Einkaufen bis hin zu verbesserter Konnektivität und nahtlosem Abholservice.

Großes Einzelhandelsgeschäft, große Veränderungen

Das Einkaufen wie in einem Lager hat viele Vorteile. Bei der unglaublichen Fülle an Waren und Dienstleistungen unter einem Dach gibt es mehr als genug, um die Fantasie anzuregen und zu neuen Projekten zu inspirieren.

Aber die Suche nach dem richtigen Produkt in einem Geschäft, das doppelt so groß ist wie ein Fußballfeld, kann eine Herausforderung sein. Das verstehen die Verantwortlichen bei The Home Depot nur zu gut. Bei mehr als 50.000 Einzelprodukten in jedem Geschäft und Millionen von Produkten, die online verfügbar sind, brauchten die Kunden eine nahtlose Möglichkeit, sich in der riesigen Auswahl zu orientieren, um das Gewünschte leichter zu finden.

Vor einigen Jahren startete der Einzelhandelsriese eine Initiative mit dem Namen One Home Depot, um das Einkaufserlebnis online und im Geschäft zu kombinieren. „Die Kundenerwartungen ändern sich in rasantem Tempo“, sagt Daniel Grider, Vice President of Technology bei The Home Depot. „Wie sehen diese Erwartungen aus? Wo möchten die Kunden einkaufen? Wie möchten sie einkaufen? Wir wussten, dass wir in diese Prioritäten investieren mussten, um die Kundenerfahrung zu verbessern.“

Gewappnet für Unerwartetes

Dann kam die Pandemie. Angesichts der Tatsache, dass die gesamte Weltbevölkerung plötzlich so viel Zeit wie nie zuvor in ihren eigenen vier Wänden verbringen musste, ist es kein Wunder, dass die Menschen diese Räume komfortabler, persönlicher und effizienter gestalten wollten.

The Home Depot war bereit zu helfen. „Es liegt in unserer Kultur, das Richtige zu tun. Wir haben schon viele Naturkatastrophen erlebt, sowohl in unseren Geschäften als auch im ganzen Land. Unsere Teams sind es also gewohnt, alles zu geben“, sagt Grider. „Wir waren gut aufgestellt, weil für unsere Teams bereits eine innovative Grundlage vorhanden war. Die Pandemie hat viele der Arbeiten und Investitionen, die wir bereits geplant hatten, beschleunigt.“



Branche: Einzelhandel

Land: USA

Vision

Zusammenführung von Einkaufserlebnissen im Ladengeschäft und im Web, um das Einkaufen angenehmer zu machen und die Voraussetzungen für Wachstum zu schaffen.

Strategie

Aufbau eines agilen, flexiblen Netzwerks im Ladengeschäft, das den Einkauf bei The Home Depot – und das Arbeiten dort – einfacher macht.

Ergebnisse

- Ausweitung der WLAN-Abdeckung auf das bis zu 15-Fache außerhalb der Ladenfläche (von max. 6,5 Meter auf knapp 100 Meter)
- Ermöglicht eine reibungslose Customer Experience durch Zusammenführen von Einkaufserlebnissen im Geschäft und im Netz
- Die Flexibilität, schnell zu skalieren, um die Technologie-Lösungen in den Geschäften erheblich zu erweitern

Aber die Veränderungen fanden zum Teil auch schon vor der Pandemie statt. „Die Online-Verkäufe stiegen bereits vorher rasant an“, erinnert sich Grider. „Und wir hatten zwar steigende Umsätze in den Ladengeschäften, aber die Käuferlebnisse waren nicht immer auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt.“

Unermüdliches Streben nach Verbesserung

Es würde nicht einfach sein, die Erfahrungen in den Geschäften und online zu vereinheitlichen, aber die Dinge änderten sich schnell. „Wir nennen das Internet jetzt die Eingangstür zu unseren Geschäften“, sagt Grider. „Das bedeutet für uns, dass die Hälfte der Kunden, die online bestellen, ihr Produkt lieber in unserem Geschäft abholen. Sie wollen nicht, dass wir sie beliefern. Wir wissen also, wie wichtig es ist, dass sie überall die gleiche Erfahrung machen – vom Stöbern im Netz zu Hause bis zum Betreten unseres Geschäfts. Das Erlebnis muss identisch sein.“

Damit The Home Depot nicht nur seine Türen offen halten, sondern in einer Zeit großer Unsicherheit auch florieren konnte, mussten die 2.300 Filialen verstärkt auf Kundenerlebnisse ausgerichtet werden. „Wir haben den uner müdlichen Wunsch, das Einkaufserlebnis für unsere Kunden möglichst komfortabel zu gestalten.“ „Und die One Home Depot-Initiative war der Schlüssel, um dies zu erreichen.“

Bessere Ergebnisse auch am Edge

Die Verwirklichung dieses Ziels würde eine massive Verbesserung der Quantität und Qualität der Netzwerke in und um die Einzelhandelsstandorte herum bedeuten.

Da jedes Geschäft eine Fläche von 100.000 Quadratmetern hat, war es ein komplexes Unterfangen, Verbesserungen am Edge vorzunehmen. Das war jedoch noch nicht alles. The Home Depot wollte die Konnektivität rund um seine Filialen ausweiten und auch die Parkplätze einbeziehen.

„Ich glaube, die Kunden wollen Flexibilität“, sagt Grider dazu. „Sie können einkaufen, wann und wo sie wollen, und wir müssen sie genau dort abholen. Egal, ob sie draußen im Gartencenter oder auf einer unserer Saisonflächen einkaufen, wir möchten, dass sie mit uns verbunden sind.“

Grundlegende Entscheidungen

Bei The Home Depot wusste man, dass der Umfang, der für die Einführung dieses Systems erforderlich ist, enorm sein würde. „Wir haben uns angeschaut, was nötig wäre und wie hoch die Vorabinvestitionen wären, um das Projekt zu realisieren“, erinnert sich Grider. „Und dann haben wir fünf Jahre in die Zukunft geblickt und die Kosten für die Erneuerung des gesamten Systems abgeschätzt, und wir wussten, dass wir einen anderen Ansatz brauchten.“

Abgesehen von den Kosten wollte Grider auch die Komplexität der Bereitstellung und der laufenden Verwaltung der Lösung verringern. „Für uns geht es darum, die Verwaltbarkeit zu vereinfachen – die Interaktion der Entwickler mit diesen Plattformen und das Computing zu vereinfachen.“

The Home Depot entschied sich, seine Initiative auf der Edge Services Platform (ESP) von HPE Aruba Networking aufzubauen, die über HPE GreenLake for Networking bereitgestellt wird – eine Network-as-a-Service-Lösung, dank der Grider und sein Team Ressourcen in einem flexiblen Verbrauchs- und Abonnementmodell bereitstellen können.

Die Freiheit, zu skalieren, um mehr zu erreichen

Die Lösung umfasst Wireless Access Points zu HPE Aruba Networking, die über die HPE Aruba Networking Central Cloud mit AIOps-Funktionen für die proaktive Überwachung des Netzwerkstatus und des Sicherheitsprofils verwaltet werden. Die Wireless-Technologie umfasst HPE Aruba Networking Location Services über WLAN-Access Points.

„HPE GreenLake for Networking schafft nicht nur eine flächendeckende WLAN-Abdeckung in jeder Filiale, sondern vereinfacht auch die Verwaltung und Bereitstellung neuer Systeme“, sagt Grider.



Wir reden hier nicht nur über die Ausweitung des WLAN-Netzes auf 5 bis 10 Meter vor dem Geschäft. Wir weiten die Netzabdeckung auf bis zu 100 Meter aus. Das ist eine ganz neue Art von Konnektivität.“

– **Daniel Grider**, Vice President of Technology,
The Home Depot





Daniel Grider
Vice President, Technology and
Head of Infrastructure and Operations
The Home Depot

Und vor allem ist es ein Netzwerk, das den Einkauf bei The Home Depot – und das Arbeiten dort – einfacher macht.

„Wir sind im Grunde genommen eine Lagerumgebung. Wenn Sie an unsere Verkaufsfläche denken, dann stehen dort Hochregale und eine Menge Produkte. Es ist also eine Herausforderung, sich in dem Gebäude zu bewegen und weiterhin für vollständige Netzabdeckung zu sorgen“, so Grider. „Einer der aufregendsten Aspekte von GreenLake for Networking ist der Umfang der Wireless-Abdeckung, die wir erreichen können.“

Das neue Netzwerk ebnete auch den Weg für The Home Depot, neue tragbare Geräte für die Vertriebsmitarbeiter zu entwickeln. „Wir haben mit Zebra Technologies zusammengearbeitet, um ein Telefon zu entwickeln, das die Vorteile aller Technologien der Aruba Access Points nutzt“, erklärt Grider. „Jetzt haben wir das

Gefühl, dass wir unseren Mitarbeitern wirklich etwas in die Hand gegeben haben, mit dem sie den Kunden und ebenso auch sich selbst helfen können.“

Agilität, wenn es wirklich darauf ankommt

Eine Investition, die The Home Depot zu neuer geschäftlicher Agilität verholfen hat. „HPE GreenLake for Networking gibt uns die Möglichkeit, extrem schnell umzuschwenken und neue Lösungen zu liefern, wenn sie gebraucht werden“, kommentiert Grider.

In den ersten Tagen der Pandemie begannen die lokalen Behörden damit, den Einzelhändlern die Möglichkeit der Abholung im Geschäft vorzuschreiben. Da The Home Depot als unverzichtbares Unternehmen eingestuft wurde, musste das Unternehmen seine Netzwerkkapazitäten im Außenbereich schnell erweitern.

„Wir hatten vorher nicht viele Abholungen, aber als sich die Nachfrage änderte, wussten wir, dass wir die Grundlage hatten, um uns darauf einzustellen“, erklärt Grider. „Wir reden hier nicht nur über die Ausweitung des WLAN-Netzes auf 5 bis 6 Meter vor dem Geschäft. Wir weiten die Netzabdeckung auf bis zu 90 Meter aus. Das ist eine ganz neue Art von Konnektivität.“

Unterstützung auf dem Weg zum Kundenerlebnis

Ein weiterer Vorteil der Lösung: Sie wird von HPE GreenLake for Networking unterstützt und verwaltet. „Wir vertrauen den Menschen, die das Produkt herstellen, es einführen, unterstützen und die täglichen Analysen durchführen“, erläutert Grider.

„Es entlastet unsere Technologie- und Engineering-Ressourcen bei der Entscheidungsfindung, so dass wir uns auf strategisch wichtigere Faktoren für den Mehrwert des Unternehmens konzentrieren können.“

Das gibt Grider und seinem Team nicht nur die Möglichkeit, mehr zu erreichen, sondern auch Sicherheit und damit Sorgenfreiheit. „HPE GreenLake for Networking ist für uns von entscheidender Bedeutung, um zu verstehen, was in unseren Geschäften in Bezug auf den Systemstatus, die Überwachung und die Integrität der gesamten Wireless-Konnektivität vor sich geht.“



Wir haben den unermüdlichen Wunsch, das Einkaufserlebnis für unsere Kunden möglichst komfortabel zu gestalten.“

– **Daniel Grider**, Vice President of Technology, The Home Depot





HPE GreenLake for Networking gibt uns die Möglichkeit, extrem schnell umzuschwenken und neue Lösungen zu liefern, sobald sie gebraucht werden.“

– **Daniel Grider**, Vice President of Technology,
The Home Depot



Und wenn die Konnektivität gegeben ist, ist The Home Depot einen Schritt näher dran, sein Versprechen von komfortablen und vernetzten Einzelhandelserlebnissen zu erfüllen. „Wir sprechen über die Kundenerfahrung. Wir begleiten Sie dabei,“ sagt Grider. „Sie bestimmen selbst, wo sie hinwollen und wie sie dorthin gelangen wollen. Es liegt an uns, ihnen auf dieser Reise mit den Erwartungen zu begegnen, die sie verdienen und brauchen.“

Lösung

HPE GreenLake for Networking

- HPE Aruba Networking Central
- HPE Aruba Networking Switches der CX 6300 Serie
- HPE Aruba Networking Access Points der 570 Serie
- HPE Aruba Networking UXI Sensoren

HPE GreenLake
kennnenlernen



Chat



E-Mail



Telefon



Aktualisierungen