

‘Supermarkt kan meer voordeel halen uit klantgegevens’

19-03-2007 00:00

Supermarkten kunnen op het terrein van inkoop en marketing meer voordeel halen uit klantgegevens. De middelen en kennis hiervoor ontbreken echter, zegt ICT-dienstverlener EDS.

In een beschrijving van de IT-trends voor 2007 stelt EDS dat hoewel de meeste retailers loyaltyprogramma's inzetten om inzicht in het uitgavenpatroon van hun klanten te krijgen, zij nog niet in staat zijn dagelijks grote hoeveelheden data te analyseren. "Je kunt wel incidenteel klantgegevens bestuderen, maar het dagelijks toepassen ervan vraagt om een cultuuromslag", aldus Amin Shahidi van EDS. "De apparatuur daarvoor is beschikbaar, maar personeel moet er wel mee overweg kunnen. Het trainen en aanstellen van goed personeel met kennis van zaken is essentieel."

Over de toekomst van rfid op de winkelvloer toont Shahidi zich gematigd positief, terwijl hij wat betreft de ontwikkeling van biometrie verwacht dat deze technologie door de groeiende betrouwbaarheid en beschikbaarheid steeds vaker zal worden ingezet voor onder meer beveiliging en fraudepreventie.