

Retail & Betalen: Beaconomie

13-03-2014 00:00

EtailTrends 2 geeft in het thema Betaaltrends een tussenstand van de nieuwste betaalmogelijkheden. RetailNews belicht deze week vijf onderwerpen rond betalen. Vandaag: de nieuwe beaconomie.

Apple introduceerde het afgelopen najaar stilletjes de beacons. Daarmee ontvangen klanten bijvoorbeeld een aanbieding, koopsuggestie of stijltip op hun smartphone, wanneer zij langs zo'n apparaat lopen. De technologie kan tevens ingezet worden als een soort chipknip om betalingen te verrichten. De kastjes maken gebruik van Bluetooth en zijn vooral in de Verenigde Staten bezig aan een opmars. Apple Stores worden dit voorjaar voorzien van iBeacons, terwijl winkelketens als Macy's, Safeway en Giant Eagle bij wijze van proef al beacons hebben opgehangen.

Binnenkort start in Nederland ook een bekende supermarktketen een pilot in drie vestigingen met deze 'digitale bakens'. Dat laat mede-oprichter John Tillema van de Nederlandse leverancier Glimworm weten in gesprek met RetailNews. Ook telecomretailers en merkfabrikanten hebben volgens hem interesse getoond in de invoering van het systeem. "Het gebruik van beacons bevindt zich in ons land momenteel nog in de eerste fase."

Een grootschalige uitrol van de technologie laat volgens Tillema echter niet lang op zich wachten. De groeiende populariteit verklaart hij vooral door de ontwikkeling van energiezuinige Bluetooth-technologie. "Bluetooth bestaat al jaren, maar de komst van Bluetooth low energy maakt het mogelijk om de technologie nu op deze manier in winkels in te zetten", stelt Tillema.

Het grote voordeel van beacons ten opzichte van een technologie als NFC is dat de verbinding tot een afstand van honderd meter tot stand kan worden gebracht. Dat maakt contextuele marketing mogelijk, zegt Tillema. "Als je een jurkje op Pinterest leuk vindt, kan H&M je laten weten dat die in de uitverkoop is als je langs de winkel loopt. Starbucks kan je een gratis kop koffie aanbieden als het ziet dat je vijf keer langs een vestiging bent gelopen zonder naar binnen te gaan. En een merk als Nike kan je in Foot Locker informatie bij een paar schoenen geven, die een medewerker misschien niet heeft."

De klant heeft daarvoor wel een ontvangende app nodig, geeft Tillema aan. Zo kan Nike ervoor kiezen om met voorbijgangers te communiceren via zijn Running app. Waar de kosten voor het systeem bij aanschaf relatief klein zijn, moeten retailers dus vooral investeren in een mobiele applicatie om de consument te kunnen bereiken. "Kleinere winkeliers kunnen bijvoorbeeld een stadsapp ontwikkelen, waar ze gezamenlijk gebruik van kunnen maken."

Het gevaar van de technologie schuilt volgens Tillema in een verkeerd gebruik. "Beacons kunnen frustraties oproepen wanneer klanten bijvoorbeeld verkeerde of irrelevante meldingen ontvangen." Omdat vooralsnog alleen vakkundige voorlopers gebruikmaken van beacons, is dat volgens hem vooral een zorg voor later.

Een punt van aandacht is verder dat consumenten Bluetooth ingeschakeld moeten hebben. Daarvoor moet volgens Tillema bij hen het besef komen dat de verbinding niet langer de batterij van de telefoon leegtrekt. "Alle moderne Android-toestellen zijn bijvoorbeeld uitgerust met Bluetooth low energy. Die neemt nog maar zo'n twee procent van het accugebruik in beslag."

Inmiddels zijn ook circa driehonderd miljoen iPhones en iPads voorzien van energiezuinige Bluetooth-zenders. De beaconomie heeft daarmee de potentie snel groter te worden dan het totale NFC-bereik. "Voor NFC is het over", stelt Tillema. Door initiatieven vanuit banken als ING is die technologie volgens hem alleen nog

levensvatbaar als betaalmethode. "Daarvoor komen de beacons wellicht net te laat."

EtailTrends 2 gaat met het thema betalen verder in op de ontwikkelingen binnen betaalverkeer. Zo is er aandacht voor de mogelijkheden die iBeacons retailers bieden en de bestel- en betaalapp Yes.Tap die wachttijden voor de kassa verkort. Ook worden near field communication (NFC) en vreemde valuta belicht. Eric van Vuuren, business developer bij Equens en host van de expertgroep Transactions van Shopping2020 beantwoordt vijf vragen over digital wallets die dit jaar hun opmars maken.

EtailTrends 2 verschijnt eind deze week samen met het maartnummer van RetailTrends.