

'Retailer kan veranderende consument niet bijbenen'

14-03-2014 00:00

Retailers zijn te langzaam met het implementeren van digitale technologieën binnen hun organisatie. "Het gedrag van consumenten verandert in rap tempo. Ze maken massaal gebruik van nieuwe sociale, mobiele en vaak gelokaliseerde technologieën en gaan daarin sneller dan retailers kunnen bijbenen", zegt Armijn Beek, retail leader van Capgemini Consulting in RetailTrends 3.

78 procent van de ondernemers verwacht dat de adoptie van nieuwe technologieën de komende twee jaar een cruciale rol gaat spelen in hun bedrijfsvoering, zo blijkt uit recent onderzoek van Capgemini Consulting en Massachusetts Institute of Technology (MIT). Tegelijkertijd stelt 63 procent dat zijn bedrijf die technologieën te traag adopteert.

Stapsgewijze verbeteringen als het optimaliseren van de webwinkel is niet langer voldoende, stelt digital proposition lead Kees Jacobs. Retailers moeten volgens hem radicaal veranderen en nieuwe competenties ontwikkelen om bij de nieuwe consument in de gratie te blijven. "Alles draait nu om de relatie met de klant en de mate waarin een retailer in diens behoefte kan voorzien."

Hoewel retailers zich bewust zijn van de uitdagingen waarvoor zij staan, slagen ze er vaak niet in om de noodzakelijke transformatie door te voeren. "Ze voelen de noodzaak ervan nog niet", aldus Beek. "De volumes zijn nog te laag en de winstgevendheid van omnichannelconcepten laat nog te wensen over."

Retailers moeten niet bang zijn voor investeringen, zegt Jacobs. "Heel veel initiatieven worden om zeep geholpen omdat ze niet direct geld opleveren. Ook hier geldt: de kosten gaan voor de baat uit."

Armijn Beek en Kees Jacobs gaan in RetailTrends 3 verder in op de uitdagingen voor retailers en de mogelijkheden die de All-Channel Experience van Capgemini daarbij biedt voor hun bedrijfsvoering. Dit artikel vormt het eerste deel van een serie van vijf artikelen die RetailTrends de komende maanden uitbrengt in samenwerking met Capgemini Consulting. De serie sluit af met een rondetafeldiscussie waarin retailers ingaan op hun uitdagingen en oplossingen.