'Meten van winkelgedrag neemt vlucht'

18-09-2014 19:10

Hoewel webwinkeliers door onder meer cookies een voorsprong hebben in het analyseren van klantgedrag, bieden technologieën fysieke retailers grote mogelijkheden. Dat stelde medeoprichter Christiaan van Rooijen van WiFiProfs donderdag tijdens het event Retail Wat Nu?. WiFiProfs analyseert onder meer via wifi-tracking het gedrag van consumenten in winkels.

Zo kon een supermarktondernemer op basis van gegevens van zijn wifi-netwerk nauwkeurig zien op welke dagen en tijdstippen klanten lang in de winkel waren omdat ze moesten wachten bij de kassa. “Dat hielp hem om zijn personeelsbezetting te optimaliseren, waardoor het serviceniveau naar klanten steeg”, aldus Van Rooijen. Daarnaast analyseerde WiFiProfs camerabeelden van een kopstelling met giftcards, waarvan de omzet achterbleef. Toen de producten verplaatst waren naar een plek waar klanten rustig een keuze konden maken zonder dat anderen hen passeerden, steeg de omzet.

Zorgen rondom privacy blijft bij het gebruik van cameratechnologie, wifi-tracking en klantentellingen een heikel punt, erkent hij. “Terwijl we bij bijvoorbeeld tellingen alleen registreren of er iemand binnenkomt. Verder dan een één of een nul gaat die analyse niet.” Er is een ‘schizofrene houding’ op dit gebied, meent oprichter René Hendriks van Aan Zee Communicatie. “Onlineklantgedrag wordt al jaren gemeten via bijvoorbeeld cookies. We gaan straks naar een situatie waar klanten bij binnenkomst via een druk op een knop aangeven: ‘Ja, ik accepteer dat mijn winkelgedrag wordt vastgelegd’.”

Nederland loopt met het aantal cases van wifi-tracking Europees gezien voorop, zei directeur Bart Schmitz van PFM, leverancier van bezoekerstelsystemen, eerder tegen RetailTrends. “Net als in de Verenigde Staten, waar winkelketens als Nordstrom en Benetton al langer met wifi-tracking werken, raakt het algemeen geaccepteerd”, stelt hij. Inzichten die webwinkeliers al hadden, worden nu ook offline inzichtelijk, vindt ook Schmitz. Zo kan de winkelier de stopkracht van zijn etalage meten en inzicht krijgen in loop- en koopstromen.