

Tien dingen die we over tien jaar normaal vinden

19-11-2014 11:48

De wereld was te klein toen Amazon eind vorig jaar bekendmaakte ooit pakketten per drone te willen bezorgen. De Amerikaanse etailgigant liet zelfs een video zien die aantoonde dat deze bezorgmethode niet ver weg hoeft te zijn. Een overzicht van dronebezorging en negen andere dingen die we over tien jaar normaal vinden. Met een beetje fantasie van de redactie.

1. Dronebezorging

Ze worden niet voor iedere online bestelling ingezet, maar de drone is ingeburgerd in het bezorgaanbod van Nederlandse retailers. Tegen een extra vergoeding van zo'n twintig euro wordt de 'vliegende bezorger' ingezet voor online bestellingen die op dezelfde dag worden afgeleverd bij de online shopper.

2. Afrekenen via irisscan

Retailers in de fast moving consumer goods hebben het afrekenen via de irisscan omarmd. De belangrijkste reden: tijdswinst. Na een pilot via bij een aantal retail- en horecaformules van NS Stations gaat het snel met de acceptatie. Het is de tweede biometrische betaalmethode na het betalen via een vingerafdruk.

3. 3D printing

Vandaag besteld, binnen een kwartiertje in huis? In 2014 gniffelden we om het idee. Anno 2024 weten we niet beter. In plaats van het ouderwetse 'Buy Now' hebben online shopper ook de optie 'Print Now'. Binnen een paar minuten print de 3D-printer het product uit. De hoogwaardige printers zijn vooralsnog zeer prijzig, maar Amazon.com heeft een oplossing. Consumenten kunnen de 3D-printers bij de internetgigant leasen en kunnen terecht in de zogeheten '3D-collections' van het Amerikaanse concern.

4. Meer gast, dan klant

We laten vaker voor ons koken. Steeds meer supermarkten bieden de mogelijkheid tot het pikken van een vorkje op locatie tegen zeer concurrerende tarieven. De consument is meer gast, in plaats van klant. Horeca Nederland protesteert.

5. Pakketkluis in de voortuin

Nooit meer de sorry-we-troffen-u-niet-thuis-ergernis. Consumenten halen hun online bestellingen uit de pakketkluis in de voortuin. Nederlanders die het zonder voortuin moeten doen delen een pakketkluis op verschillende locaties in de wijk. Met een gekoeld compartiment zijn de pakketkluizen ook geschikt voor foodleveringen.

6. Beacons

Via beacons op de smartphone is te traceren welke winkels de consument allemaal al heeft bezocht. Het helpt het winkelpersoneel in te schatten wat voor klant ze voor zich heeft en waar de consument naar op zoek is. Dat op basis van de bankgegevens zichtbaar is dat de klant elders al dan niet iets heeft gekocht veroorzaakt onrust.

7. Virtueel kleding passen

Nooit meer wachten in een rij voor de pashokjes. Een scan legt nauwkeurig de lichaamsmaten vast van de kledingshopper en weet welke maat het meest geschikt is. Het bewuste kledingstuk wordt geprojecteerd in de virtuele spiegel waarin de consument kijkt. De techniek is dan zover dat het wél net echt lijkt of je de trui aan hebt.

8. Big data wordt huge data

Het Bonus-programma van Albert Heijn steekt schril af bij de gepersonaliseerde aanbiedingen die we in 2024 ontvangen. De maatschappij is voorbij de privacydiscussie en retailers wisselen onderling massaal data uit. De consument die geregeld sinaasappels inslaat bij AH ontvangt een scherpe aanbieding van MediaMarkt voor een sinaasappelpers. Consumenten kunnen de aanbiedingen vermijden via het Doe-mij-geen-aanbiedingen-register.

9. Afhaaleconomie

Er zijn allerlei ingenieuze initiatieven om die vermaledijde last mile het hoofd te bieden, maar er gaat niets boven afhalen. Op industrieterreinen, aan de randen van steden en langs snelwegen halen we massaal onze online bestellingen af. Daarbij werken retailketens zoveel mogelijk samen.

10. Retail wordt nog mobieler

M-commerce heeft een extra dimensie gekregen. Retailers gaan letterlijk mobiel. Na de pop-up shops verkopen retailers rechtstreeks uit de vrachtwagen (of modieuze retro camper). Kekke foodtrucks, fashiontrucks, rijdende beautysalons, we weten straks niet beter.

Bron: RetailTrends 9