

Afrekenen in de (nabije) toekomst

29-12-2014 10:34

Door Michel van Wijk
Eigenaar van Cusoe

U heeft prettig gewinkeld in een speciaalzaak. Dan volgt het afrekenmoment. Voor menig winkelier nog iets waar men een barrière ziet, tenslotte moet de cliënt nu zijn portemonnee trekken. Andere winkeliers zien hier echter een extra kans om de klant iets te bieden dat hem en zijn sociale omgeving tot en met een volgend bezoek kan bijblijven.

Het afrekenproces biedt een extra gelegenheid om het aangeschafte artikel goed of zelfs mooi te verpakken, de klant te complimenteren met zijn keus, een suggestie te geven voor meer recreatie in dit winkelgebied, een persoonlijke tint te geven aan het klantcontact. Daar is de afrekenbalie een prima platform voor.

In sommige winkels wordt bijvoorbeeld gebruikgemaakt van tablets om de klant op de vloer te helpen en op iedere plek in de winkel te kunnen afrekenen. Een mooi fenomeen, zeker ook omdat de verkoper met zijn tablet veel informatie ter plekke paraat heeft. Voorwaarde is wel een uitgebreide verkoopstaf, want anders moet de (zelfbedienings)klant toch naar een afrekenbalie. Heeft u bij de Apple Store wel eens een cadeau gekocht en gevraagd of het mooi kan worden ingepakt? Meestal vraagt de verkoper dan of u 'even' wilt wachten. U staat vooralsnog zonder bon wat verloren ergens in de zaak en wacht totdat uw verkoper terug is gekomen. Dat staat in contrast met bijvoorbeeld menig boekhandel of kledingzaak die, wellicht door de omstandigheden gedreven, vaak genegen zijn tot een andere aanpak. "Is het een cadeau?" "Nee, nou ja wel voor mijzelf." "Dan pak ik het toch mooi in!"

De afrekenbalie is een prima platform om het bezoek van de klant af te ronden. Inpakken, cadeau, eventueel adresuitwisselingen voor bezorgen, etc. Ieder service- of verwenniveau dat bij de specifieke winkelformule past. Blijft de traditionele en vaak als ongemakkelijk ervaren barrière: afrekenen.

Hier gaat de techniek klant en retailer in de nabije toekomst helpen, waarbij twee technieken centraal staan. NFC en stemherkenning, in combinatie of afzonderlijk toe te passen.

In de meeste bankpasjes van de grootbanken is NFC al opgenomen, de resterende (groot)banken in Nederland zullen dat in de komende twaalf maanden doen. Enkele banken passen NFC ook al toe in combinatie met smartphones. Dat levert een overeenkomstige voordelen op als met het bankpasje, zolang die smartphone wel met een algemeen geaccepteerd protocol werkt. NFC betekent functioneel dat met name kleinere bedragen snel, op een discrete en prettige wijze kunnen worden vereffend: meer tijd over voor gericht klantcontact als dat van toepassing is want soms wil een klant ook gewoon snel verder.

ING voert momenteel een proef uit met voice control waaraan enkele duizenden personen deelnemen. Saldo opvragen en overboeken via de telefoon: u spreekt uw naam in en het systeem herkent u. Gegarandeerd een vergelijkbaar veiligheidsniveau als gebruiksnaam en pincode. Dat systeem zal binnen enkele jaren ook in de winkel kunnen worden toegepast. "Bent u akkoord met dit transactiebedrag?" vraagt uw verkoper. "Ja, ik [voornaam, achternaam] ben akkoord". Transactie afgerond.

Maar nu komt de klap op de vuurpijl, de room op de soes. Mede dankzij deze technologieën komt het praktisch binnen bereik dat uw winkelier u, systeem ondersteund, herkent als vaste klant. Geen losse klantenkaart meer, zeker niet per winkel. U wordt 'automatisch' herkend.

De klant hoeft niet meer te vragen om zijn vaste klanten korting of klantpunten. Vaste klantkorting wordt vanzelf toegerekend. Punten worden bijgeschreven zonder dat gênant en langdurig naar die specifieke

klantenkaart hoeft worden gezocht of erger: dat de kaart niet mee is. Een zegen voor zowel klant als verkoper. Zowel NFC als stemherkenning zal bijdragen aan efficiency, gemak en genoegen voor de klant én retailer. Just watch it!