

Dit doet de nieuwe klant met je netwerkinfrastructuur

03-09-2015 09:32

Door [Dennis Warnar](#)

Datacommunicatiespecialist bij [Custom Connect](#)

Retailers hebben een steeds vollere toolbox nodig om klanten te krijgen, te behouden en te vermaken. De customer journey leidt de consument van sociale media naar de webshop, van de contact center agent naar de verkoper in de winkel. Op alle contactpunten en –momenten verwacht de consument snelle, complete en superieure service. Online shoppen moet vlekkeloos verlopen en het bezoek aan de winkel moet een feestje zijn. In de winkel verwachten consumenten een omgeving waarin online, mobiele en reallife ervaringen zich mengen en mixen tot een onvergetelijke ervaring.

In elke stap van de customer journey varen consumenten op connected technologie. De netwerkinfrastructuur tussen en in de winkels moet de steeds verdergaande digitalisering van het koopproces kunnen accommoderen. Het creëren van een naadloze ervaring in zowel de digitale als de fysieke domeinen vraagt meer dan een website of wifi in de winkels.

Wat betekent dat voor de netwerkinfrastructuur? De meeste winkels hebben een of meer kassasystemen die verbonden zijn met Equens en met het centrale ERP-systeem voor voorraadbeheer, logistiek, inkoop en financiële administratie. Vaak is er ook een cameraregistratiesysteem actief met koppeling met de meldkamer. Ook de steeds populairder wordende beacons voor location based services maken gebruik van het netwerk. En de consumenten verwachten dat winkels gratis wifi aanbieden. Steeds meer applicaties verschuiven naar IP. IP+ is het parool, waarbij + staat voor de specifieke communicatieprotocollen die bepaalde applicaties gebruiken voor hun communicatie.

Een retailer verandert in een entertainmentbedrijf. Kunnen je netwerken dat wel aan? Het type connectiviteit dat de retailer nodig heeft verschilt per formule, per toepassing en per vestiging. Een wereldwijd consumentenmerk heeft andere communicatie-eisen in zijn flagshipstores dan een supermarktketen voor een winkel in een afgelegen deel van het land. Deze behoeften moeten goed worden geëvalueerd.

Het is cruciaal om te bepalen in welke mate de netwerkconnectiviteit in lijn is met de businessstrategie en de operationele processen van de retailer. En last but not least: om te anticiperen op het snel veranderende consumentengedrag en de behoefte om vermaakt te worden. Klanten die zich vervelen, zijn verloren klanten!