

Zo gaat internet of things 2016 veranderen

07-01-2016 10:35

Het is duidelijk dat internet of things heel wat teweeg gaat brengen in vrijwel alle branches. Maar hoe groot die ontwrichting is in retail, daar zijn de meningen over verdeeld.

Meer dan bedrijven in andere sectoren, hebben retailers echter constant direct contact met consumenten, die de digitale transformatie volledig omarmen. Hoe zij communiceren, interacteren, onderzoeken en winkelen; nieuwe technologieën als onderdeel van internet of things gaan dit permanent veranderen.

Levenslange merkloyaliteit

Vooruitstrevende retailers ontwikkelen inmiddels strategieën om deze technologieën in te zetten. Als gevolg zal de customer experience in de winkel steeds meer zijn gedigitaliseerd. Volgens Amerikaans onderzoeksbureau IDC zal er in 2018 door retailers 27,5 miljoen dollar aan digitale signing worden uitgegeven, in tegenstelling tot de nog 6 miljard in 2013.

Informatie verzameld via smartphones, wearables, sensoren en andere devices zorgen in de toekomst voor nieuwe inzichten en kansen. Samen met [artificial intelligence](#) stelt dit de winkeleigenaar in staat om de juiste beleving op het juiste moment te bieden. Het helpt het disruptieve landschap te begrijpen en de klantervaring te veranderen.

Retailers die internet of things succesvol inzetten, zullen volgens analist Bill Chamberlin van [IBM](#) op deze vier gebieden innoveren:

1. Verbeterde klantervaring

Combineer instore internet of things-apparaten met de winkelhistorie van de klant. Deze verwacht steeds meer gepersonaliseerde service gebaseerd op zijn winkelhistorie en waardeert een één-op-één ervaring met een merk. Retailers kunnen iedere klant persoonlijk analyseren, patronen vinden en een meer relevante winkelervaring bieden. De merkervaring is zo realtime bij te slijpen op basis van interesse en lifestyle. De retailer kan bijvoorbeeld op basis van locatie de klant direct relevante en gepersonaliseerde aanbiedingen, coupons of loyaliteitskortingen bieden.

2. Geoptimaliseerde winkeloperaties

Data verzameld via internet of things-sensoren en devices maakt het voor retailers niet alleen mogelijk om winkelvoorraden, arbeid en energieverbruik beter te beheren, het verbetert ook de instore marketinginspanningen. De operationele data geeft werknemers en winkeleigenaren direct inzichten. Zo kan slimme technologie als internet of things van aangesloten thermostaten, licht, koelkasten en vriezers het energieverbruik regelen. Tegelijkertijd versturen camera's, beacons en sensoren in combinatie met realtime locatiegegevens informatie over de traffic en het koopgedrag in de winkel. Werknemers kunnen direct reageren op knelpunten en zo de wachttijden verlagen.

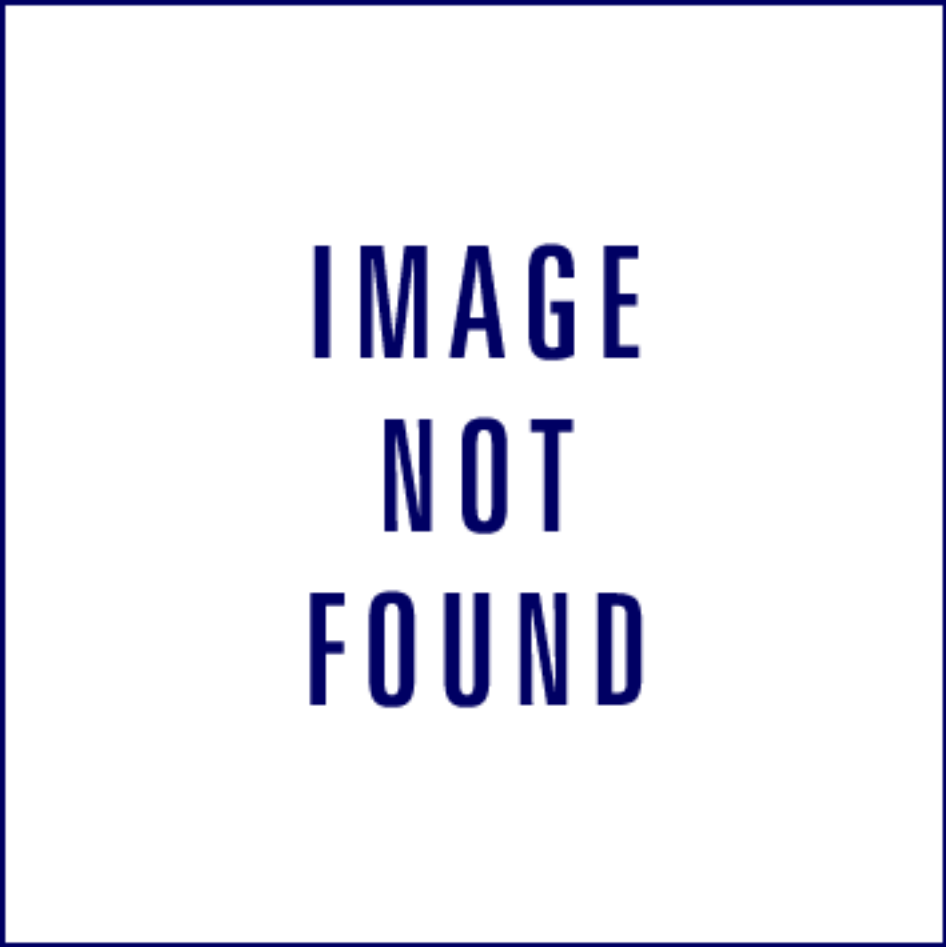


IMAGE
NOT
FOUND

3. Verbeterd voorraad- en supplychain-management

Retailers willen niet alleen weten welke, maar ook waarom producten worden verkocht. Antwoord op die vraag komt van de wetenschap wie de producten koopt, op welke locatie in de winkel de producten het beste presteren en andere informatie die toekomstige aankopen kunnen voorspellen.

Internet of things-oplossingen kunnen retailers helpen hun inventaris te monitoren op vernieuwende manieren. Zo kunnen de oplossingen bijvoorbeeld de voorraad realtime 'triggeren' op basis van data van camera's en sensoren op verpakkingen of schappen. Ook maakt internet of things inzichtelijk welke producten ondermaats presteren en overbevoorrad zijn, wat op dreigt te raken en wat de impact van bepaalde tijdstippen, het weer, online trends en ontelbare andere variaties zijn.

4. Nieuwe omzetmogelijkheden

Toonaangevende retailers zullen leren hoe zij middels internet of things nieuwe methoden kunnen vinden om klanten aan te trekken en de omzet te verhogen. Consumenten verlaten de winkel zonder iets te kopen als zij te lang moeten wachten. Een instore-app kan lange wachtrijen identificeren en de klant berichten en notificaties versturen, om zo risico-aankopen in kaart te brengen.

En door huizen met winkels te verbinden kunnen items sneller en gemakkelijker worden aangevuld. Neem de Dash-button van Amazon, of een koelkast met [ingebouwde camera's](#) en een app. Producten die op dreigen te raken worden automatisch of met een druk op de knop bijbesteld.



**IMAGE
NOT
FOUND**

Consumenten zijn tot meer in staat dan ooit tevoren. Echte, relevante connecties met hen maken is volgens Chamberlin extreem uitdagend geworden. Retailers die de leiding nemen in internet of things zullen een belangrijk voordeel hebben in de hypercompetitieve omgeving. Retailers die innovatief en up-to-date willen blijven met nieuwe technologieën zullen internet of things moeten omarmen en bovenal integreren in hun onderneming. Niet alleen om de front- en backoffice efficiënt in te richten, maar ook om de loyaliteit van de next-generationconsument te verdienen.