

Starbucks wil vestigingen personaliseren

29-03-2016 10:12

Koffieketen Starbucks wil technologie gebruiken om klanten bij al zijn vestigingen een gepersonaliseerde ervaring te bieden. Hierdoor moeten klanten alle losse vestigingen op dezelfde manier beleven zoals zij hun vaste vestiging ervaren.

Het idee is afkomstig van de nieuwe directeur technologie Gerri Martin-Flickinger. In de vier maanden dat zij nu voor de keten werkt kijkt zij met name naar het personaliseren van de winkelervaring. Dit wil zij doen door gebruik te maken van herkenningsoftware die de klant op afstand aan ziet komen. Bij het benaderen van de drive-through wordt de klant herkend, zijn meest geplaatste bestelling op het scherm getoerd en wordt de klant welkom geheten bij zijn naam.

Eenzelfde soort technologische implementatie wil Starbucks uitrollen in zijn vestigingen. Klanten worden herkend, hun favoriete bestellingen verschijnen op een scherm en de klant wordt aangesproken met zijn naam.

Starbucks is de afgelopen periode volop bezig met de implementatie van technologische ontwikkelingen. Zo is het begonnen met de uitrol van Mobile Order and Pay, een systeem waarmee klanten bestellingen kunnen plaatsen en afrekenen middels hun smartphone. Daarnaast werkt het aan een bezorgsysteem in samenwerking met Postmates. Hierbij krijgen klanten hun mobiel geplaatste bestelling geleverd op het punt waar zij zich op dat moment bevinden.