

Zijn dit de nieuwe helden van de winkel?

15-09-2016 11:48



Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

Parijs stond deze week in het teken van retail. Voor het eerst werd de tweejaarlijkse beurs Equipmag samen met E-commerce Paris gehouden. Het laat zich al snel vergelijken met een combinatie tussen Retail Event Nederland en de Webwinkel Vakdagen. Honderden exposanten probeerden de afgelopen drie dagen hun producten aan de man te brengen. RetailWatching was erbij en licht er zes technologische hoogstandjes uit.

SweetFit

De interactieve spiegel is misschien wel het meest besproken technische snufje in de retail. Het Franse SweetFit is de volgende speler die inspringt op het toenemende gebruik van deze spiegels in de winkel. De startup ziet het puur als een stukje entertainment en verhuurt een spiegel voor 2.790 euro per week. In ruil voor dat bedrag kunnen je klanten met behulp van de Xbox Kinect kleding passen, zonder zich om te kleden.

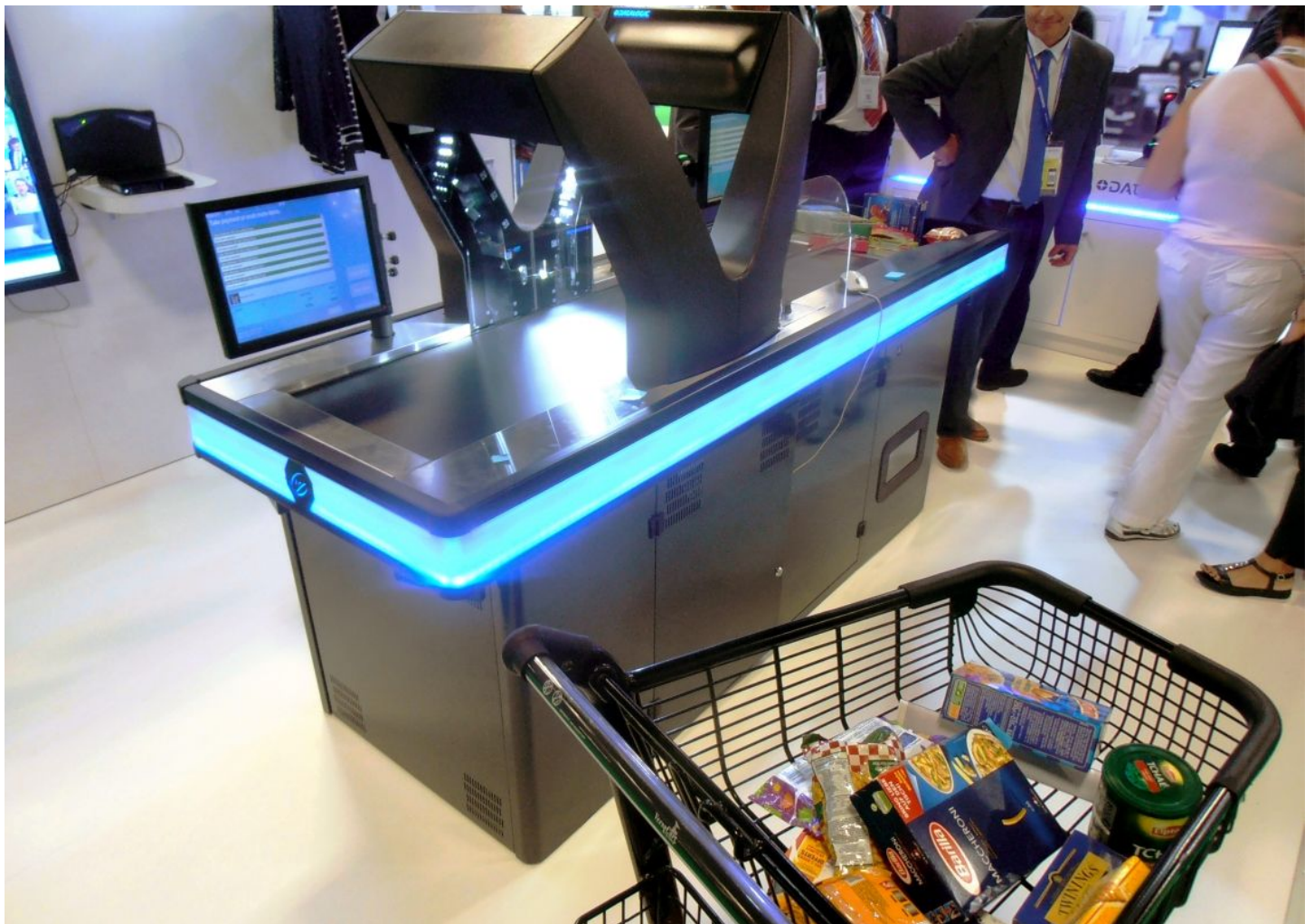
Areco Nebulization

Helemaal nieuw is het niet, maar op de Nederlandse markt nog niet of nauwelijks te zien: een dampstelsel op de winkelvloer. In Parijs probeerde Areco Nebulization retailers te laten zien dat het een onmisbare toevoeging aan de versafdeling is. Door het nabootsen van een wolk (écht nat worden de producten niet) kan een ananas zomaar eens twee dagen langer zijn groene kleur behouden. "Nu supermarkten eigenlijk alleen nog

aan de versafdeling geld verdienen, is dit een investering die gedaan moet worden. We zullen dit in de toekomst in alle supermarkten gaan zien", aldus manager Michel Gschwind.

Datalogic

Caissières die secondenlang zoekende zijn naar een barcode, het is binnenkort verleden tijd. Winkels als Auchan en Carrefour testen namelijk deze nieuwe zelfscankassa van Datalogic. Klanten leggen hun producten op een lopende band, die halverwege de rit worden herkend aan hun barcode én uiterlijk. De kassa maakt namelijk gebruik van beeldherkenning om het juiste item aan de bon toe te voegen. Er zit ook een camera onderaan de machine, die eventuele producten (zoals bier) onder de winkelwagen detecteert en direct scant. Aan het einde van de band kan de klant eventuele fouten met een handscanner verbeteren. Of producten als groenten en fruit toevoegen, want die herkent de kassa niet. Een betaaloptie heeft de kassa evenmin; daarvoor werkt Datalogic samen met partners.



Paperscent

Deze innovatie is vers van de pers: Paperscent werd maandag geïntroduceerd. Er zijn dan ook nog geen winkels die de parfumtester hebben geïnstalleerd, maar als we medeoprichter Julia Hagiage moeten geloven komt daar snel verandering in. "Meerdere retailers en merken hebben al interesse getoond", vertelt zij. Paperscent is in het kort een apparaat die de welbekende witte papiertjes uit de parfumerie automatiseert. Twee jaar lang werkte het bedrijf Gaudier & Kuppel aan de oplossing die een beetje parfum op een strookje spuit, op het moment dat de klant die eruit trekt. Bovendien wordt het merk in het papiertje gedrukt, zodat hij

altijd weet welke geur bij welk merk hoort. Dat gebeurt overigens niet met inkt (dat kan namelijk zijn uitwerking hebben op de geur) maar door het logo of de naam met een stempel in het papiertje te duwen. De Paperscent heeft volgens Hagiage zo zijn voordelen voor retailers: er wordt tot drie keer minder parfum gebruikt, de merken kunnen betalen om hun parfum via dit apparaat onder de aandacht te brengen en alles staat in verbinding met een app. Zo krijgt de retailer een notificatie als een luchtje leeg dreigt te raken en ziet hij ook hoe vaak een parfum wordt geprobeerd tot die daadwerkelijk wordt aangeschaft.

SmartPixels

Al die schoenen met al die verschillende kleuren: je zal ze maar allemaal uit moeten lichten in je winkel. De startup SmartPixels heeft een oplossing bedacht waarmee je maar één item nodig hebt om meerdere varianten te laten zien. Augmented reality maakt het mogelijk om bijvoorbeeld met maar één schoen van Nike talloze ontwerpen te tonen. Het sportmerk gaat volgende maand twee machines testen in zijn winkel op de Champs-Élysées.

UniStudio

Tot slot mag 3D-printing natuurlijk niet in deze lijst ontbreken. De Franse schoenenketen Éram wil dat zijn klanten hun eigen hak kunnen personaliseren. Daarvoor is de samenwerking gezocht met ontwerpbureau Unistudio en de techneuten van NeuronalMotion. Samen hebben zij een systeem ontwikkeld voor de tablet, waarmee klanten hun eigen hak kunnen ontwerpen. De kleur, grootte, tekst en figuurtjes: alles kan aangepast worden naar hun eigen smaak. Een gepersonaliseerde hak vraagt wel om wat geduld: een klein formaat duurt al gauw 45 minuten, terwijl een grote hak nog net in twee uur wordt geprint.

