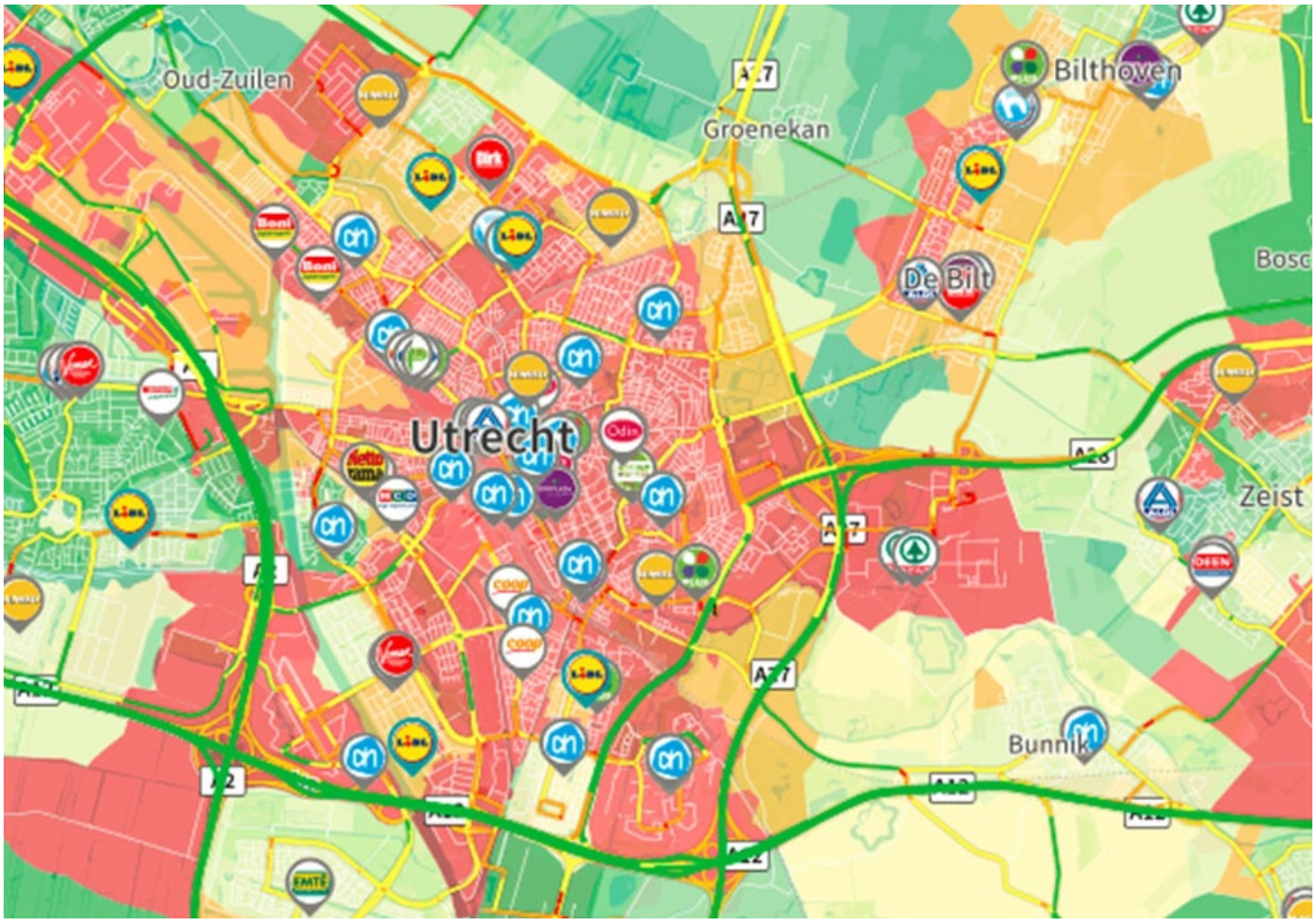
Advertorial: Retailers krijgen toegang tot slimme locatieplanningsoftware

18-06-2018 14:17



Het Belgische technologiebedrijf RetailSonar maakt haar slimme tools op het gebied van geo intelligence en geomarketing nu ook beschikbaar voor de Nederlandse retailmarkt. Dankzij krachtige locatieplanning modules, die wetenschappelijk zijn gevalideerd, kan exact berekend worden waar winkels of kantoren het beste geopend of gesloten kunnen worden om de totale omzet te maximaliseren. Daarnaast stelt het online platform ook dienstverleners en retailers in staat om de zwaktes in de werking van bestaande locaties bloot te leggen, en reikt het kansen aan om lokale gebiedsmarketing beter te benutten.

RetailSonar, dat sinds 2011 vanuit Gent opereert, behoort volgens Deloitte tot de 50 snelst groeiende technologiebedrijven in België. Ceo en oprichter van de scale-up is Dieter Debels, die na zeven jaar investeren een groot deel van de Belgische retailers en bedrijven met meer dan 100 fysieke verkooppunten tot zijn opdrachtgevers mag rekenen, waaronder alle supermarktketens. “Wij werken ook al een aantal jaren voor bedrijven die hun hoofdkantoor in Nederland hebben gevestigd, waaronder Action, Intratuin en Decathlon. Een puur Nederlandse klant voor ons is supermarktketen Deen. We kregen steeds vaker van deze partijen de vraag om ook in Nederland onze dienstverlening aan te bieden.”

Sinds mei 2018 is er een kantoor in Nederland geopend, voor de expansie is Walrick Smits aangesteld. Smits

adviseerde retailers jarenlang vanuit Spotta, een dochterbedrijf van PostNL. “Ik zie in Nederland nog heel veel retailers die hun locatiebeslissingen nemen op basis van buikgevoel. Dat was zeven jaar geleden ook het geval in België voordat RetailSonar op de markt kwam.”

Anno 2018 zijn er in Nederland veel goede retaildata beschikbaar van aanbieders zoals Locatus om nauwkeurige voorspellende modellen te bouwen die het buikgevoel kunnen versterken, overtreffen of tegenspreken. De schoen wringt bij het gebrek aan goede IT oplossingen die die data vertalen naar waardevolle inzichten. Dat gat in de markt gaan we opvullen met onze innovatieve locatieplanning modules”, aldus Smits. ”We willen in feite alle Nederlandse organisaties die over fysieke verkoop- en informatiepunten beschikken, laten zien dat de inzichten die uit het platform van RetailSonar voortvloeien, aantoonbaar bijdragen aan het boeken van een hogere return op investeringen. Daarnaast kan het koopgedrag van klanten niet alleen worden voorspeld, maar ook actief worden gestimuleerd.”

RetailSonar is volgens ceo Dieter Debels klaar voor uitbreiding. “De komende drie tot vijf jaar willen we in heel Europa onze naam vestigen en een belangrijke speler worden. De eerste fase is de uitbreiding naar Nederland. We zijn ondertussen bezig om extra kapitaal aantrekken zodat we volgend jaar vestigingen willen openen in Frankrijk en Duitsland. Daarnaast investeren we continu in het verfijnen en verbeteren van onze dienstverlening.”

Meer info en klantcases:
www.retailsonar.com