

'Winkeltechnologie is in Nederland nog heel basaal'

08-10-2018 16:30



De ontwikkeling van instore technologie blijft nog vaak hangen in eenvoudige en niet goed doordachte toepassingen. Het daadwerkelijke nut van tools is vaak niet duidelijk, zegt techwatcher Nicoline van Enter tegenover [RetailTrends](#). “En dat is toch wel belangrijk, want het zijn vaak aanzienlijke bedragen die je moet investeren.”

Van Enter noemt als voorbeeld een schoenenmerk, dat onlangs een eigen *virtual mirror* presenteerde. Daarin kunnen consumenten zichzelf zien met verschillende schoenen van dat merk. “Maar als ik winkelier ben, zit ik helemaal niet te wachten op een spiegel van ieder merk dat ik verkoop”, zegt Van Enter. Het is volgens haar een voorbeeld van een technologie waar veel tijd en geld in is gestoken, maar nog niet goed is nagedacht over de praktische toepassing. “Het is leuk als straks iedereen een spiegel heeft, maar als retailer zou je er één willen hebben, die alle collecties die op internet te vinden zijn op klanten kan projecteren.”

Ook een techniek als gezichtsherkenning, waarmee retailers onder meer de gemoedstoestand van klanten willen achterhalen, wordt volgens Van Enter nog niet optimaal gebruikt. Het is op zich interessant om er op die manier achter te komen wat een klant van een winkel vindt, zegt de techexpert. Maar de volgende stap is volgens haar nog onduidelijk. “Stel dat je steeds mensen ziet fronzen bij een schap, weet je dan waarom dat is of blijft het gissen? En moet je winkelpersoneel daar dan op reageren, of is het iets voor het hoofdkantoor?”

Van Enter, eigenaar van schoeneninnovatiecentrum The Footwearists, gaat op [RetailTrends](#) dieper in op haar visie op instore technologie.

What's Next in Retail Tech

Nicoline van Enter gaat tijdens het event What's Next in Retail Tech uitgebreid in op de mogelijkheden met instore technologie, waarbij ze helpt de zin van de onzin te onderscheiden. Nieuwe technologie brengt ons aan de vooravond van grote verandering. Machine learning, kunstmatige intelligentie en big data bieden ongekende mogelijkheden. 3D-printers, neurotechnologie en robots zorgen voor nieuwe kansen. Wat betekent dat voor jouw retail- en merkorganisatie? Het nieuwe RetailTrends-event What's Next in Retail Tech prikkelt retailers en merken om uit hun comfortzone te komen. What's Next in Retail Tech brengt je op de hoogte van de belangrijkste ontwikkelingen, reikt handvaten aan hoe je technologie inzet voor nieuwe manieren om klanten te binden en biedt een inkijkje in de dag van overmorgen. Kijk voor meer informatie op whatsnextinretailtech.nl.