

Hoe haak je als retailer aan bij de opmars van smart home?

14-03-2019 12:14



Door Esther Groen
Partner bij Innopay

Het aantal transacties via slimme apparaten en platformen neemt de komende jaren exponentieel toe. Bijvoorbeeld via smarthomes waarbij consumenten thuis digitaal in verbinding staan met slimme apparaten die de hele dag datatransacties uitvoeren. Uit onderzoek van de expertgroep Payments in Smarthome van onderzoeksplatform ShoppingTomorrow blijkt dat 33 procent van de Nederlanders verwacht binnen vijf jaar aankopen te doen via smart home. In zo'n 'connected' omgeving verloopt de customer journey heel anders dan via traditionele on- en offline kanalen. Dit komt doordat niet alleen de consument, maar ook zijn apparaat of platform producten en diensten aanschaft op basis van algoritmen en verzamelde data. Dit heeft vooral impact op de positie van retailers. Tijd om in actie te komen en onderstaande uitdagingen zo snel mogelijk om te buigen in kansen, zodat retailers relevant blijven in smarthome.

Zichtbaar blijven voor consumenten

Traditionele retailers gaan het moeilijk krijgen door de opkomst van smarthome, omdat hun huidige positie gaat veranderen. Het platform of apparaat bepaalt welke retailers en producten zichtbaar zijn. Er is slechts voor een beperkt aantal retailers plaats en daaraan zijn bepaalde voorwaarden verbonden. Daarnaast neemt de concurrentie voor retailers toe. Niet alleen door smart home zelf, maar ook doordat producenten direct gaan leveren aan consumenten via smart home. Dit alles zorgt ervoor dat retailers verder in de keten worden

geduwd waardoor de zichtbaarheid voor consumenten afneemt.

Propositie aanpassen voor koppeling met smart home

Smart home voldoet aan de snel digitaliserende klantwens doordat het de consument optimaal gemak biedt. Hiermee is ook het slimme apparaat bepalend voor het veranderde koop- en betaalgedrag van klanten. Voor retailers is het van belang om proposities aan te passen en de koppeling met smart home te maken, bijvoorbeeld door de integratie van voice. Het is belangrijk dat ze 'in het apparaat' komen. Hiervoor is een scherpe prijsstrategie en duidelijke branding noodzakelijk. Een retailer met een populair merk, sterke klantrelaties en goede service wint het immers snel in de strijd om zichtbaarheid ten opzichte van concurrenten, omdat er grotere kans is op conversie.

Businessmodellen aanscherpen

Retailers fungeren niet langer als belangrijkste kanaal naar de consument, omdat smart home deze functie overneemt. Hierdoor komt hun businessmodel onder druk te staan. Het is belangrijk om deze aan te scherpen, zodat er aansluiting is op de veranderende klantbehoeften. Bijvoorbeeld door keuzes te maken over samenwerking met andere partijen om de doelgroep te bereiken. Door goede samenwerking in de keten kan de retailer met frictieloze koop- en betaalproposities een alternatief bieden voor grote platformen als Amazon. Retailers blijven daarnaast relevant door zich niet alleen te richten op het aanbieden van producten en diensten, maar ook op distributie en advisering. Dit is een mooie aanvulling op de fysieke winkels die vooral dienen als inspiratie, beleving en fulfilment. Deze veranderingen hebben een behoorlijke impact op het verdienmodel van retailers.

Samenwerking is de basis voor succes

Al met al gaat er veel veranderen voor retailers: de zichtbaarheid voor de consument neemt af, concurrentie neemt toe, de positionering in de keten verandert en businessmodellen komen onder druk te staan. Oftewel, de uitdagingen die smart home met zich meebrengt, zijn groot voor retailers. De ontwikkelingen volgen elkaar snel op, waardoor het belangrijk is om snel te handelen. Inzetten op een scherpe positionering en branding, en frictieloze product- en serviceproposities is essentieel. Samenwerking binnen de keten met bijvoorbeeld producenten is hiervoor noodzakelijk. De kwaliteit van samenwerking en onderling vertrouwen tussen de verschillende partijen en de klant zijn uiteindelijk bepalend voor succes op de lange termijn. Smart home biedt enorme kansen voor retailers, maar het is wel een zaak van aanpassen of wegwezen.