

Technologie kan de zelfstandige retailer redden van de ondergang

05-11-2019 13:30



Door Nick Botter
Industry CTO Retail EMEA bij Salesforce

Winkelstraten met verlaten panden: het is een schrikbeeld van veel gemeenten. Toch gebeurt het steeds vaker dat retailers, groot en klein, over de kop gaan en een gat in de winkelstraat achterlaten. Retailers zitten al langer in zwaar weer, maar ze kunnen het tij keren met opkomende innovatie. Nu moeten ze nog de tijd hiervoor vinden.

De veranderende winkelgewoonten - we kopen meer online - en het dalende bestedingspatroon van de consumenten betekenen dat er elke week meerdere zaken met 'slecht nieuws' komen. De toenemende concurrentie van discounters, het directe verkoopkanaal (zonder tussenstap naar de klant), samen met stijgende consumentenverwachtingen leggen steeds meer druk op de klassieke retailer.

Voor de grote retailspelers is de uitdaging onder meer om met hun verouderde technologie een uniform beeld van de klant te krijgen. De toenemende druk wordt echter gevoeld als groep. Voor kleinere en zelfstandige retailbedrijven leidt de druk op de detailhandel tot uitdagingen op individueel niveau.

De uitdaging: extra tijd vinden

Digitale trends zoals *Artificiële Intelligentie*, *Voice* (voor bijvoorbeeld zoekopdrachten) en *Augmented Reality* bieden merken nieuwe kansen om de interactie met hun klanten te verbeteren. Elke bedrijfsleider is er zich ondertussen steeds meer van bewust dat hij innovatie centraal moet zetten om succesvol te zijn. Dit geldt zeker als het gaat om de wensen van de klant beter te kennen en om voor hen een unieke consistente winkelervaring te creëren in een omnichannel omgeving, waar ze zich ook bevinden.

Maar net nu het zo belangrijk is om zich op de klant te concentreren, onthult ons nieuwste 'TimeToTransform'-rapport dat dit voor de kleinere retailers en bedrijven moeilijk is wegens tijdgebrek. Met ook een negatieve impact op hun gezondheid en productiviteit als gevolg.

37 procent van de mkb-retailers geeft toe dat de toenemende verwachtingen van klanten een grote invloed hebben op hun beschikbare tijd om andere issues in het bedrijf aan te pakken. Ze beseffen goed dat deze verwachtingen alleen maar zullen blijven stijgen. Ongeveer een derde van de zelfstandige retailers (36 procent) zegt dat ze hun energie zouden richten op klantrelaties en/of klantervaring zouden verbeteren, mochten ze meer tijd hebben. Maar bijna de helft (45 procent) van de respondenten ziet dat een gebrek aan tijd een negatieve invloed heeft op hun persoonlijke gezondheid en die van hun werknemers. Dit is ronduit alarmerend, zowel op menselijk en zakelijk niveau.

De oplossing: extra tijd door technologie

Technologie kan de retailer helpen om te groeien in een uitdagende omgeving, maar met behoud van een gezonde work-life balance. Door repetitieve taken en processen te automatiseren, kan je veel tijd winnen. Daar zijn bewijzen genoeg van. Technologieën zoals AI, cloud-gebaseerde platforms, apps om samen te werken, zoals Quip, Google Docs, Trello of Dropbox - om er maar een paar te noemen - helpen bedrijven om competitiever, innovatiever en productiever te worden. En te slagen.

Het merendeel van de zelfstandige retailers ziet geautomatiseerde processen (57 procent), het Internet of Things (53 procent) en cloud-gebaseerde technologie (50 procent) als belangrijke technologische hulpmiddelen voor een beter timemanagement. De helft (49 procent) meent trouwens dat nieuwe technologieën hun werknemers nu al productiever hebben gemaakt dan twee jaar geleden.

Technologie kan de tijd die kleine(re) retailers aan administratie besteden aanzienlijk verkorten. Denk daarbij aan het automatiseren van de personeelsadministratie, een betere planning, een direct overzicht van de voorraad – waardoor minder moet rondgebeld worden tussen de diverse filialen en ook minder tijd nodig is voor het cashflowbeheer en het opmaken van de inventaris, betalingen op het verkooppunt die direct gekoppeld worden aan een intuïtief CRM-systeem waarmee je de interactie met huidige en potentiële klanten (beter) kan beheren en monitoren.

Door technologie in te zetten om processen te automatiseren kan men stress verlagen en voorkomen dat medewerkers en managers een mogelijke burn-out krijgen. Het geeft hen ook ruimte om meer tijd te besteden aan de belangrijke dingen zoals een meer gepersonaliseerde klantenservice.

De toekomst

Omdat tijd niet onbeperkt beschikbaar is, moeten de mkb-retailers manieren vinden om aan de toenemende klantverwachtingen te voldoen zonder de lichamelijke en geestelijke gezondheid van henzelf en hun werknemers in gevaar te brengen. De actieve werkcultuur – druk, druk, druk- is immers niet alleen slecht voor zijn zaak, het is ook slecht voor de moraal.

Dankzij technologie kan de zelfstandige detailhandelaar de extra tijd vinden die net het verschil kan maken.

Door technologie te gebruiken om de efficiëntie te verhogen, kunnen werknemers zich concentreren op een betere klantervaring. Extra tijd voor de klant dus.

Ontdek in ons [Time to Transform-rapport](#) meer over hoe je met technologie kostbare tijd kan winnen voor je bedrijf.

Nick Botter