

Jumbo aan de slag met zelfscanning 2.0

29-11-2019 12:00



Zelfscanning is een succes bij Jumbo. In sommige winkels loopt het gebruik van scanners op tot 70 procent. Maar na tien jaar is het hoog tijd voor een nieuwe generatie scanners, die nieuwe toepassingen binnen handbereik brengt. Mede dankzij deze toepassingen slaagt Jumbo erin om boodschappen doen prettiger, leuker en fijner te maken voor klanten.

Eén van 'Jumbo's 7 Zekerheden' luidt vlot winkelen: snel en gemakkelijk boodschappen doen. Zelfscanning draagt daaraan bij, vertelt Michiel Kienjet, programmamanager formule & format bij Jumbo. "Toen we tien jaar geleden zijn gestart met zelfscanning, wilden we onze klanten vooral een service bieden die laagdrempelig is en die veel klanten verleidt om de scanner daadwerkelijk te gebruiken." Kienjet stond tien jaar geleden aan de wieg van zelfscanning bij Jumbo. Hij was nog maar net gestart op de IT-afdeling van Jumbo, toen Albert Heijn als eerste Nederlandse foodretailer deze technologie op de winkelvloer introduceerde. Op initiatief van Kienjet volgde Jumbo niet lang daarna. "We hebben bewust enkele andere keuzes gemaakt dan Albert Heijn. Allereerst hebben wij gekozen voor zelfscanning zonder klantidentificatie. Mede uit praktische overwegingen, want we hadden geen klantkaart waaraan de scanner kon worden gekoppeld. Dat werkt enorm drempelverlagend. Daarnaast hebben wij gekozen voor volledig bemande zelfscankassa's, zodat de persoonlijke service behouden bleef en klanten zonder poespas en snel konden afrekenen. Die twee keuzes hebben in belangrijke mate bijgedragen aan de grote adoptie. In sommige winkels is zelfscanning goed voor zeventig procent van de verkopen."



Vast budget

Aanvankelijk dacht Jumbo dat zelfscanning vooral interessant is voor klanten met een grote boodschappenlijst. Maar al snel werd de technologie ook door klanten met een kleinere boodschappenmand omarmd. Kienjet herinnert zich de introductie van zelfscanning in een winkel in het stadscentrum van Bergen op Zoom. "Klanten bezochten die winkel vooral voor een kleine boodschap. We dachten het bewijs te leveren voor onze opvatting dat deze klanten niet geïnteresseerd zijn in zelfscanning. Maar tot onze grote verbazing was het gebruik van zelfscanners binnen enkele weken net zo hoog als in andere winkels." Daarnaast is zelfscanning in trek bij klanten met een vast budget. Zij kunnen exact zien voor hoeveel euro's in hun boodschappenkar ligt en hoeveel bestedingsruimte ze nog hebben. "Maar denk ook aan gezinnen met jonge kinderen. Geef de kinderen een scanner in handen en ze zijn entertained." Dat de scanners niet gekoppeld zijn aan klantkaarten en dat de zelfscankassa's bemand zijn, betekent dat Jumbo niet profiteert van de voordelen die Albert Heijn heeft: meer klantgegevens en lagere personeelskosten. "Juist het feit dat klanten bij ons anoniem kunnen shoppen en probleemloos afrekenen, heeft geleid tot een hogere acceptatie. Dat is een mooi voorbeeld van de wijze waarop we Jumbo helemaal om de klant heen bouwen. " Daardoor is de businesscase interessant genoeg om zelfscanning op grote schaal te implementeren, juist vanwege de extra service aan klanten. Het is niet voor niets dat we zelfscanning nu in meer dan de helft van de winkels hebben geïmplementeerd."



Michiel Kienjet, programmamanager formule & format, Jumbo:

“Wij zijn met name op zoek naar toepassingen die boodschappen doen prettiger, leuker en fijner maken voor de klanten.”

Dagelijkse routine

Technologie zoals zelfscanning draagt bij aan verbetering van de shopping experience op de winkelvloer. Jumbo volgt alle technologische ontwikkelingen op de voet, maar waakt voor al te dominante rol van technologie op de winkelvloer. “We zien best veel leuke proof-of-concepts, maar in foodretail is het lastig om die te vertalen naar snelle, grootschalige baanbrekende toepassingen die de winkelbeleving fundamenteel veranderen”, stelt Kienjet, die verwijst naar het nieuwsbericht dat Carrefour de opening van zijn winkel van de toekomst in Brussel voor langere tijd heeft uitgesteld. “Een supermarkt is een ander type winkel dan bijvoorbeeld een kleding- of doe-het-zelf-zaak. Klanten bezoeken een supermarkt veel vaker. Boodschappen doen hoort bij de dagelijkse routine. Soms zijn klanten op zoek naar inspiratie, maar heel vaak moet boodschappen doen alleen snel en simpel zijn. Gewoon omdat die avond nu eenmaal eten op tafel moet komen. Het is lastig om voor de verschillende shoppingtrips van die klanten vergaande technologische oplossingen te introduceren. Die klant loopt niet altijd met dezelfde mindset door de winkel.” Tien jaar na de introductie van zelfscanning is het niettemin tijd voor vernieuwing. De huidige scanners zijn in technologisch opzicht verouderd en toe aan vervanging. Tegelijk met de vervanging van het volledige kassapark in alle winkels door Simac, implementeert Jumbo daarom een nieuwe generatie zelfscanners, geleverd door Zebra. Die maken nieuwe toepassingen mogelijk, maar Jumbo waakt voor al te veel toeters en bellen.



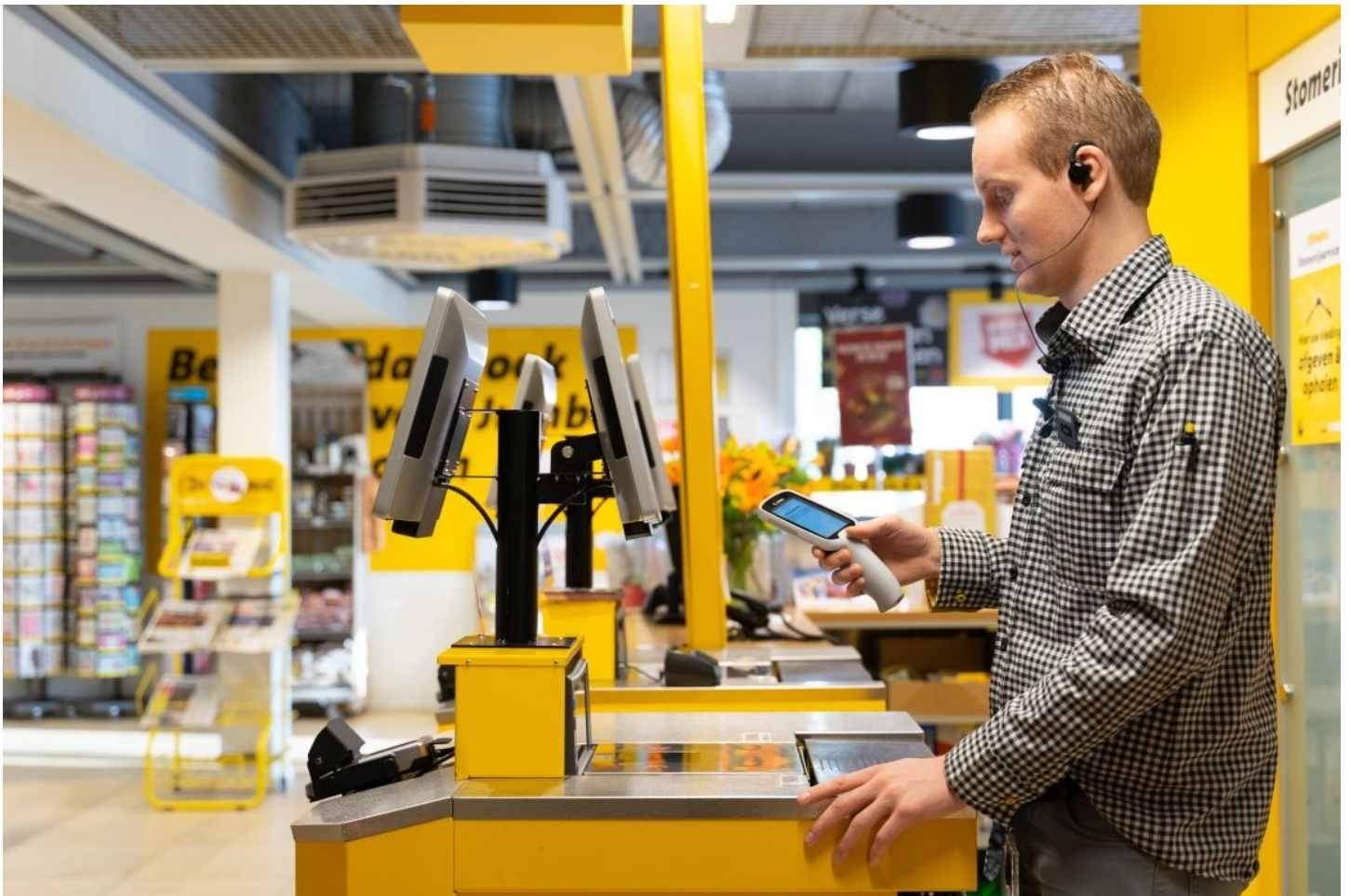
Navigatiesysteem

De nieuwe zelfscanners moeten op termijn antwoord geven op de meest gestelde vraag op de winkelvloer: waar ligt dat ene product? De zelfscanner fungeert dan als navigatiesysteem dat de klant feilloos de weg naar het juiste schap wijst. Een ander idee is dat klanten met een druk op een knop van de scanner om assistentie kunnen vragen. Wil iemand meer weten over het gebruik, de bereiding of de samenstelling van een product? Dan komt de medewerker die het dichtstbij is of de meeste productkennis heeft naar de klant toe. Voor beide toepassingen is het noodzakelijk dat de exacte positie van de klant op de winkelvloer bekend is. De locatie van het laatst gescande artikel geeft een indicatie, maar de vraag is of dat nauwkeurig genoeg is. Voor positiebepaling bestaan andere, accuratere technologische oplossingen, waarvan Jumbo momenteel de mogelijkheden verkent. "Positiebepaling is mogelijk via wifi, maar ook via het licht. Signify heeft een verlichtingsoplossing ontwikkeld waarin positiebepaling is meegenomen." De nieuwe zelfscanners zijn kort voor de zomer samen met de nieuwe kassasystemen uitgetest in drie winkels in Veghel, Zetten en Almelo. Vooralsnog alleen met de bestaande functies, dus zonder mogelijkheid om artikelen te zoeken of assistentie te vragen. "Niettemin zijn klanten erg positief over de nieuwe scanners. Ze zijn sneller dan de oude scanners, zijn beter in staat om slecht leesbare barcodes te scannen en bevatten een veel groter en kleuriger scherm met meer informatie. Het is alsof je van een oude Nokia in één keer overstapt op de nieuwste iPhone."

"Klanten zijn erg positief over de nieuwe scanners. Het is alsof je van een oude Nokia in één keer overstapt op de nieuwste iPhone."

Smartphone

Over iPhones gesproken: heeft Jumbo ook nagedacht over de mogelijkheid voor klanten om hun eigen smartphone te gebruiken voor verbetering van hun shopping experience? "Die vraag hebben we onszelf zeker gesteld", antwoordt Kienjet. "Maar als we kijken naar onze concurrenten, zien we op dit moment nog geen heel goede, breed geaccepteerde en schaalbare voorbeelden van smartphone-gebruik op de winkelvloer. Dat is vooralsnog meer een belofte dan een realiteit." Bij gebruik van smartphones doemen bovendien allerlei praktische problemen op. Klanten kunnen hun smartphone niet zoals een scanner even onbeheerd achterlaten op hun winkelkar. De batterij kan leegraken tijdens het boodschappen doen. En wat als de smartphone tijdens het scannen op de harde vloer valt? "Een smartphone is minder robuust dan een handscanner. Die is helemaal geprepareerd voor zijn taak, ligt ergonomisch goed in de hand en doet het altijd. Juist dat draagt bij aan een goede shopping experience." Kienjet verwacht in de toekomst zeker klanten te zien die in de Jumbo-winkels met hun smartphone boodschappen scannen. "Voor bepaalde klanten en bepaalde shoppingtrips zal dat zeker interessant zijn. Wij zien nu nog geen succesvolle, schaalbare apps, maar die zullen de komende tien jaar zeker ontstaan. Maar die zullen de huidige zelfscanners niet vervangen. Beide oplossingen zullen naast elkaar bestaan."



Anoniem shoppen

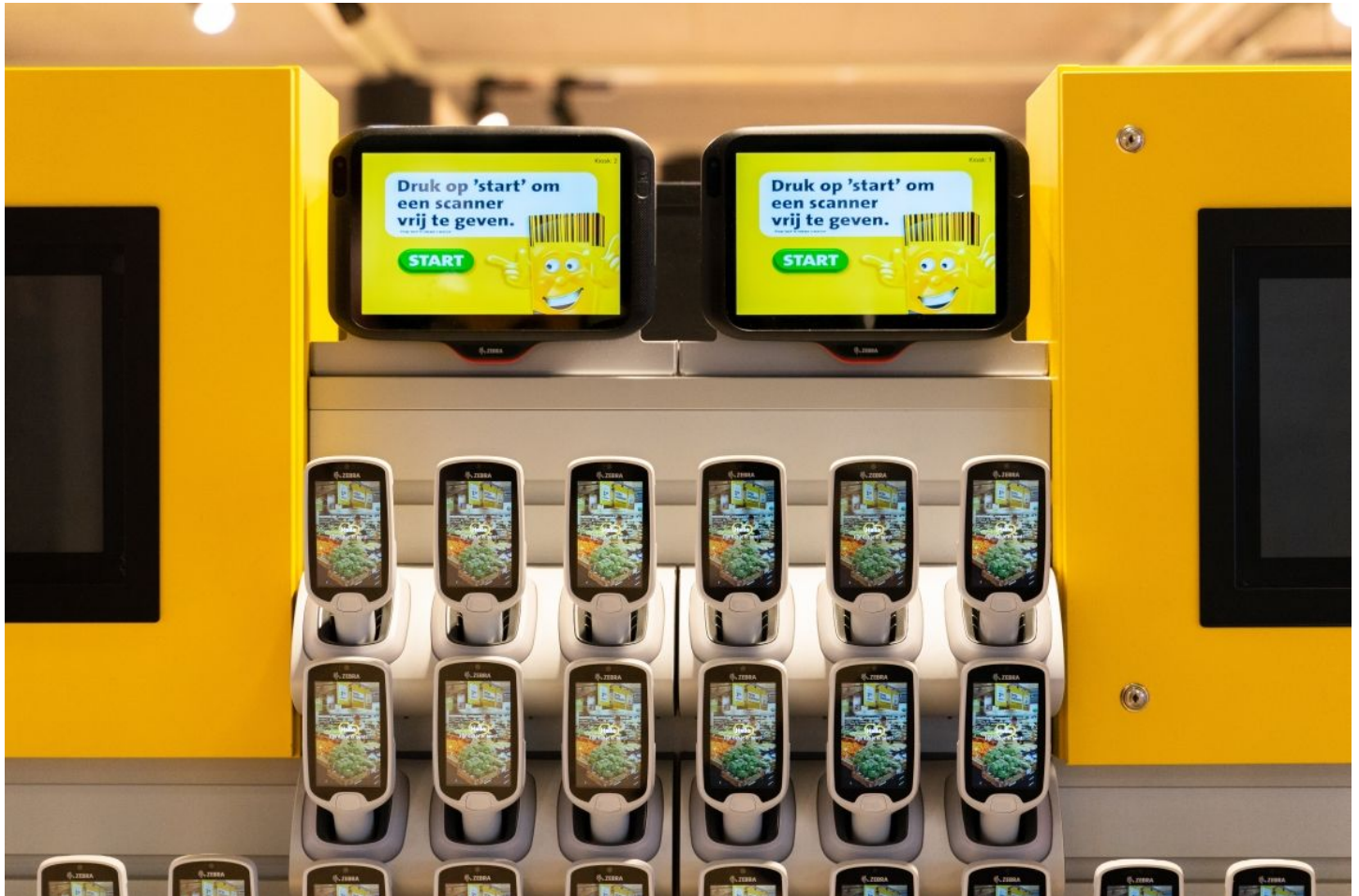
Wat gaat de toekomst nog meer brengen? Met zelfscanning zijn allerlei nieuwe toepassingen mogelijk, denk aan uitgebreide productinformatie en tips voor recepten. Of klanten kunnen de scanner gebruiken om de boodschappen te 'filteren' op bepaalde allergenen of ingrediënten. "De nieuwe scanner maakt het bovendien mogelijk om andere barcodes te scannen, waardoor informatie over houdbaarheid of ingrediënten zichtbaar wordt. Dat zijn inderdaad toepassingen die allemaal mogelijk zijn. Maar we moeten zuinig zijn op het huidige succes van zelfscanning. Het gebruik moet eenvoudig en overzichtelijk blijven. We zullen alleen nieuwe toepassingen introduceren als klanten die onder controle hebben. In ieder geval blijft de mogelijkheid bestaan om anoniem te shoppen. Dat heeft bijgedragen aan de hoge acceptatiegraad van zelfscanning."

"Dat klanten anoniem kunnen shoppen en probleemloos afrekenen, heeft geleid tot een hogere acceptatie van zelfscanning."

Slimme camera's

Jumbo is niet alleen bezig met zelfscanning en positiebepaling, maar ook met andere technologieën, zoals het gebruik van camera's. Welke opties de foodretailer straks biedt, zal afgestemd worden op het klantenbestand en de functie van de verschillende winkels. "Met camera's kunnen we nog sneller anticiperen om vlot winkelen te kunnen garanderen, één van de 7 zekerheden van Jumbo. Die camera's zien ook dat de bananen bijna op zijn, zodat aanvulling van dat schap prioriteit krijgt." Vooralsnog is Jumbo druk bezig met de uitrol van het nieuwe kassapark en de nieuwe generatie handscanners in de winkel. Nu de test in de drie winkels in Veghel, Zetten en Almelo is afgerond, is een groot team van Simac gestart met een tour langs alle winkels. "De 350 bestaande winkels met zelfscanning worden vanaf eind dit jaar overgezet. Daarnaast hebben we in afwachting

van de nieuwe generatie scanners 40 tot 50 andere winkels op de wachtlijst geplaatst. Die staan te popelen om ook met zelfscanning aan de slag te gaan. Ja, daar zitten ook winkels in België bij. Wij zijn erg benieuwd hoe onze Belgische klanten zelfscanning zullen ontvangen.”



Heilige graal

Zebra heeft verschillende technologieën samengevoegd tot een oplossing die retailers in staat stelt de shopping experience en de omzet flink te verbeteren: SmartLens for Retail.

De technologieën vervullen drie belangrijke functies: volgen en helpen van medewerkers, volgen en helpen van klanten en monitoren van de schappen. “Een oplossing die drie functies samenvoegt, is de heilige graal voor retailers”, stelt Frank de Jong, directeur retail bij Zebra. Nieuwe technologie maakt het mogelijk om de positie van klanten te bepalen en een medewerker te sturen als ze te lang voor een schap staan te twijfelen. Als klanten een handscanner hebben, kunnen ze de spraakfunctie gebruiken om een vraag te stellen aan een medewerker elders in de winkel. Klanten kunnen aanbiedingen en tips ontvangen, maar ook korting als ze kiezen voor een versproduct waarvan de THTdatum gevaarlijk dichtbij komt. “Met de slimme LED-verlichting van Signify is het mogelijk om de positie van klanten met een nauwkeurigheid van twintig tot dertig centimeter te bepalen. Als de klant zich met een scanner in zijn hand omdraait, merkt het systeem dat meteen op”, weet De Jong. Zebra gelooft in een toekomst voor handscanners. “Data laten zien dat de inhoud van het

winkelmandje met 7 tot 14 procent groeit als de klant zelfscanning gebruikt. Het is nog maar de vraag of klanten daarvoor hun smartphone willen gebruiken. Wij merken dat de meeste klanten de voorkeur geven aan een handscanner. De smartphone is een heel persoonlijk apparaat, dat veel klanten liever reserveren voor bellen en appen. En waar laat je je telefoon als je even beide handen nodig hebt?”

Simac IT NL

De Run 1101, 5503 LB Veldhoven | T: +31(0)40 258 29 11

simac.com/srms

