

Advertorial: Vijf technologische trends voor 2020

27-01-2020 08:00



Technologie is in voortdurende ontwikkeling. Wat niet is gewijzigd, is dat klanten veel macht hebben. Ongeacht hoe hun contact verloopt, ze verkiezen macht boven hun winkelervaring. Op basis van hun mobiele ervaringen verwachten ze een persoonlijke en gebruiksvriendelijke aanpak en interactie die vertrouwd aanvoelen. Wat zijn de belangrijkste technologische trends voor 2020 die aan deze verwachtingen voldoen?

Een persoonlijke ervaring op basis van een consumentanalyse

In 2020 kunnen bedrijven die investeren in geavanceerde analyses de concurrentie een stap voor blijven en de vruchten plukken van machine learning en artificiële intelligentie (AI). Klanten laten voortdurend gegevens achter over wie ze zijn en wat ze leuk vinden. Deze schat aan informatie vinden we niet alleen online, maar ook in winkels via [interactieve kiosken met aanraakscherm, zelfbedieningsterminals en verkooppunten systemen](#). Bedrijven die deze gegevens verzamelen en analyseren, begrijpen hun klanten beter, kunnen koopgedrag voorspellen en relevante aanbiedingen doen die een eenvoudige en gepersonaliseerde winkelervaring verzekeren, zowel in de winkel als online.

AI zorgt voor consumentenervaringen op basis van gegevens

Artificiële Intelligentie is dan wel geen nieuw fenomeen, in 2020 zal het aantal op AI gebaseerde mobiele apps blijven stijgen. Het is slechts een kwestie van tijd voor deze door AI aangedreven apps een integraal onderdeel vormen van de winkelervaring. De grote kracht van AI is dat het met behulp van algoritmen onmiddellijk alle verzamelde klant- en verkoopgegevens kan doorzoeken. Vervolgens past het apps of apparaten in realtime

aan om een nog persoonlijker en innemender klanteninteractie aan te bieden.

Bedrijven die de voordelen van AI in fysieke winkels willen gebruiken, investeren daarom meer in duurzame [interactieve schermen](#) die werken volgens het concept 'mobile first' en in winkels gemakkelijk kunnen worden gebruikt om een naadloze gebruikerservaring te verzekeren. Denk aan winkelkiosken met chatbots om klanten te helpen vinden wat ze zoeken en die op basis van eenvoudige gesprekken met kopers aanvullende producten vermelden. Het resultaat? Meer inkomsten en een betere klantenrelatie.

Zelfbediening wordt het nieuwe normaal

In 2020 worden het aantal en de kwaliteit van de zelfbedieningsopties die bedrijven aanbieden een belangrijk concurrentievoordeel. Klanten willen alles steeds sneller en willen niet meer in de rij staan. Ze willen kunnen kopen wat ze willen en wanneer ze het willen – met of zonder hulp van het personeel. Een handige en vlotte zelfbediening wordt steeds vaker een cruciaal onderdeel van de winkelervaring van de klant en het klantentraject in zijn geheel. Bedrijven blijven daarom investeren

in zelfbestellingskiosken, eindeloze gangen, prijscheckers, productkiezers en zelfscankassa's. Dit zorgt voor grotere gemiddelde inkomsten en hogere marges dankzij sterk winstgevend toegevoegde items. Het verbetert ook de algemene operationele efficiëntie. En omdat klanten controle hebben over hun transacties, worden de bestellingen nauwkeuriger en blijven ze bij elk bezoek verzekerd van een uitstekende klantenervaring.

Unified commerce vervangt omnichannel

Veel bedrijven worstelen nog met de invoering van omnichannel. Toch moeten ze in 2020 aan de slag met [unified commerce](#) om een stap vooruit te kunnen zetten. Omnichannel-systemen werken vaak in technische silo's, elk met zijn eigen software en gegevensreeksen. Dit zorgt voor een gefragmenteerde klantenervaring. Unified commerce maakt dan weer gebruik van één architectuur en een vereenvoudigde technologische infrastructuur, die in realtime alle online locaties en winkels verbinden waar klanten komen. Op deze manier wordt elke klant steeds als een individu behandeld. Unified commerce zal begrippen als 'online kopen' en 'afhalen in de winkel' verder vergemakkelijken. Of ook 'kopen in de winkel' en 'levering aan huis'.

Om een evenwicht te vinden tussen kosten en prestaties zullen bedrijven echter zoeken naar een veilige en handelbare uniforme omgeving waarmee ze hun bestaande toepassingen kunnen behouden, maar verbonden kunnen zijn met oudere hardware en besturingssystemen. Daarom zullen bedrijven in 2020 overschakelen naar flexibele omgevingen zoals Android for Enterprise om te zorgen voor een goedkope en klantvriendelijke invoering die op lange termijn meer kan worden aangepast.

'Mobile first' met Android for Enterprise

In 2020 blijven bedrijven overschakelen van oudere systemen naar Android. Deze vertrouwde en gebruiksvriendelijke mobiele omgeving is niet alleen ontwikkeld voor mobiele apps voor kleine schermen, maar werkt even goed met toepassingen voor ondernemingen en grote formaten. Het ondersteunt niet alleen de aandacht voor mobile first die bedrijven zoeken, maar is ook het ideale backend-systeem om alle klantencontacten te beheren en zo een voortdurend uniforme gebruikerservaring aan te bieden. Omdat het snel geïnstalleerd is en bijzonder veilig is, zullen bedrijven meer interactieve aanraakschermen invoeren die werken op Android en beschikken over de nieuwste Google Mobile Services. Met [Android for Enterprise](#) zijn de mogelijkheden voor een naadloze ervaring eindeloos: van interactie in de winkel en verkooppunten tot zelfbedienings-, horeca- en bedrijfskantooromgevingen.

Net zoals bij elke nieuwe technologische trend, is het belangrijk dat de technologie geen voorsprong neemt op de behoeften van bedrijven en consumenten. Het is belangrijk om na te gaan hoe nieuwe technologieën

waarde en zin voor klanten kunnen creëren. En net zoals bij elk nieuw idee vormen vooruitplannen en investeren in de juiste technologische oplossingen de hoekstenen voor toekomstig succes.

[Meer informatie vind je op de website van ELO Touch.](#)