

# Drie belangrijke trends in retail en de kansen van data

31-05-2021 00:00



**De retailbranche is het afgelopen jaar ongekend veranderd. De nieuwe manieren van zakendoen kunnen lucratief, maar ook uitdagend zijn. Tableau biedt met visual analytics de kans om met behulp van data in te spelen op de drie belangrijkste trends.**

## **Trend 1: Klanten verwachten altijd en overal een persoonlijke benadering**

In het nieuwe digitale tijdperk, waarin elke transactie omni-sale is, is het niet langer voldoende om communicatie per kanaal te personaliseren als je shoppers optimaal wilt bedienen. Ze verwachten dat je overal toegankelijk en bereikbaar bent, dat je boodschap relevant is en dat je moeite doet om ze aan je te binden. Het gebruik van verschillende systemen maakt het retailers echter uitdagend om data effectief te gebruiken om qua communicatie en content merkbaar aan te sluiten op persoonlijke voorkeuren, affiniteit en gedrag. Dat is een risico. Een persoonlijke ervaring draagt bij aan een emotionele band met het merk. Shoppers willen worden behandeld als een persoon, niet als een nummer.

## **Trend 2: Klantgerichtheid wordt belangrijker in alle bedrijfsonderdelen**

Klanten verwachten een consistente merkervaring bij iedere aankoop of contactmoment. Het maakt daarbij

niet uit of dat fysiek of digitaal is. Helaas worden ze nog regelmatig teleurgesteld. De combinatie van technologieën zoals mobiele devices, sociale media en big data gecombineerd met AI biedt talloze inzichten op het gebied van gedrag en voorkeuren als het gaat om transacties, locaties of kanalen, maar ook prijzen, retouren, serviceverzoeken en voorraden. Deze informatie biedt kansen om de klantervaring te optimaliseren en klanten aan je te binden. Dat is belangrijker dan ooit. Klanten hebben de wereld binnen handbereik en het is gemakkelijker dan ooit om van product, merk of retailer te veranderen. 80% van de consumenten zegt zelfs dat de ervaring die een bedrijf biedt even belangrijk is als de producten of diensten zelf. Het is ook bewezen dat consumenten bereid zijn om meer data te delen en loyaal zijn aan merken die uitzonderlijk goed in hun individuele behoeften voorzien.

**Trend 3: Inzicht en grip op de supply chain wordt kritischer**

Als jij jouw supply chain voortdurend moet bijstellen en kostbare tijd verliest omdat je op zoek moet naar nieuwe leveranciers of partners om aan de vraag van klanten te voldoen zorgt dat voor een constante druk. Om wendbaar te blijven en snel te kunnen reageren, is er behoefte aan een duidelijk overzicht te hebben op alle aspecten van de supply chain, van inkoop tot levering. Zo zagen we tijdens de pandemie bijvoorbeeld hoe veel retailers hun winkels inzetten als omnichannel fulfillmentlocaties.

### **Hoe data kan helpen**

Data is het meest waardevol wanneer het zo is gevisualiseerd dat het bruikbaar is en onderbouwde besluitvorming mogelijk maakt. Dat het er is, is niet voldoende. Het moet ook bewust en zinvol worden gebruikt. Het combineren van data vanuit de hele organisatie maakt het mogelijk om de persoonlijke identiteit van shoppers vast te stellen en altijd en overal de beste klantbeleving mogelijk te maken. Data biedt daarnaast de mogelijkheid om een (real-time) overzicht van je hele bedrijf te realiseren en zo continu en direct gefundeerde beslissingen te kunnen nemen. Het ontwikkelen van een Single Source of Truth voor alle medewerkers garandeert daarbij consistentie en zorgt ervoor dat feiten worden verkozen boven onderbuikgevoelens of meningen.

[Lees in dit eBook](#) meer over de nieuwste trends in de detailhandel en hoe data kan helpen om hierop te anticiperen.

Bronnen:

[https://c1.sfdcstatic.com/content/dam/web/en\\_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-4th-ed.pdf](https://c1.sfdcstatic.com/content/dam/web/en_us/www/documents/research/salesforce-state-of-the-connected-customer-4th-ed.pdf)

[https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/solutions/periscope/our-insights/articles/~/\\_media/E390037C04984F588C498FE3AD794D9B.ashx](https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/solutions/periscope/our-insights/articles/~/_media/E390037C04984F588C498FE3AD794D9B.ashx)