

Ook zonder glazen bol: deze drie factoren vormen het winkelen van de toekomst

06-05-2021 11:24



Een winkel zonder kassa, een minisupermarkt in een kantoorpand of bezorging van producten slechts enkele minuten na je bestelling. Het klinkt gek, maar toch wordt het langzaam de realiteit. Het is geen verrassing dat Covid-19 voor veel veranderingen en aanpassingen in ons dagelijks leven zorgt en dat zal blijven doen. Winkels zijn weer open, maar winkelen zoals voorheen zit er voorlopig nog niet in. Hoe zal winkelen er in de toekomst uitzien zonder Covid-19? Er is helaas geen glazen bol om in te kijken, maar de volgende factoren zullen dit proces zeker mede vormen.

1. Optimale voorbereiding voorafgaand aan een winkelbezoek

De afgelopen maanden kiezen we van tevoren een dag en zelfs een tijdslot om een winkelafspraken te maken of er wordt een maximum aantal mensen binnengelaten – in het geval van supermarkten. Inmiddels kunnen we weer zonder afspraak een winkel in. Toch bracht het winkelen op afspraak ook voordelen met zich mee die wellicht ook in de toekomst een rol blijven spelen. Denk bijvoorbeeld aan het vermijden van wachttijden en de zekerheid dat het niet te druk is in een winkel.

Uit ons eigen onderzoek blijkt dat de helft van de Nederlanders voor het betreden van een winkel zou willen zien hoeveel mensen er op een bepaald moment in de winkel zijn, zodat kan worden bepaald of het veilig is om naar binnen te gaan. Een zogenaamde druktemonitor kan helpen om voorafgaand aan een bezoek te laten zien

hoe druk het in een winkel is. Een goede voorbereiding draagt enerzijds bij aan het verspreiden van druktemomenten en anderzijds aan een optimale winkelervaring zonder drukke bezoeken en lange wachttijden. Zo krijgt het winkelpersoneel ook meer de ruimte om iedere klant goed te helpen.

2. In-store-technologie inzetten

Het gebruiken van nieuwe technologieën in de winkel, zoals het zelf scannen en afrekenen van producten of het contactloos betalen door middel van je mobieltje, wordt steeds populairder. Mede dankzij corona gaan we op zoek naar nieuwe manieren om op een prettige, snelle en vooral veilige manier te winkelen. Het handhaven van de maatregelen blijft daarbij belangrijk.

Toch blijkt uit bovengenoemd onderzoek dat nog geen derde van de Nederlanders (30%) in een openbare ruimte daadwerkelijk anderen aan durft te spreken wanneer zij de maatregelen – zoals het dragen van het mondkapje of het houden van anderhalve meter afstand – overtreden. Bijna de helft (47%) denkt dat slimme technologieën, zoals camera's en audiotoeepassingen, kunnen helpen bij het opvolgen van de maatregelen.

Dit soort toepassingen kunnen uitkomst bieden om het gedrag van het winkelend publiek te handhaven zonder dat er vervelende situaties ontstaan. Slimme beveiligingscamera's met beeldanalyse kunnen signaleren of er een mondkapje wordt gedragen en of er voldoende afstand wordt gehouden. Bij overtreding wordt een audiowaarschuwing gegeven of handhaving gealarmeerd. Dit is niet alleen belangrijk tijdens een pandemie, maar ook op andere momenten waarop het te druk wordt. Denk bijvoorbeeld aan dagen als Black Friday. Dit zorgt ervoor dat winkeleigenaren zelf geen politieagent hoeven te spelen, omdat de technologie het 'moeilijke' werk doet.

3. Automatisering als uitbreiding: de keuze is reuze

Automatisering is een trend die we op veel plekken terugzien. Robots nemen bijvoorbeeld taken van mensen over om tijd te besparen en risico's te beperken. Daarnaast kunnen moderne auto's zonder assistentie inparkeren en ook volledig autonome voertuigen zijn tegenwoordig eerder een realiteit dan een droom.

Ook de retail blijft hierin niet achter. Automatische processen zullen in winkels een steeds grotere rol gaan spelen. Onlangs opende Amazon zijn eerste kassaloze winkel in Londen en ook Albert Heijn opent binnenkort onbemande to-go-supermarkten op kantoorlocaties. Dit betekent echter niet dat caissières en winkelmedewerkers overbodig zullen zijn. De keuze voor consumenten wordt telkens verder uitgebreid, om ervoor te zorgen dat iedere consument op het moment dat hij of zij dat wil, de winkel kan bezoeken op een veilige manier. Het belangrijkste doel blijft gelijk: klanten willen zo goed mogelijk geholpen worden.

Het veiligstellen van de toekomst van retail

Door tijdens de crisis waar we nu in zitten juist te investeren in een goede voorbereiding, bijvoorbeeld door het aanschaffen van de juiste technologie, wordt een sterke basis gelegd om het winkelplezier van de klant te behouden, zelfs met extra voordelen. Winkelstraten blijven het hart van elke stad en elk dorp vormen. Retailers in staat stellen op een veilige manier open te gaan en efficiënt te blijven werken, zijn cruciale stappen op weg naar de wederopbouw van de economie en het ondersteunen van duizenden banen.

Edwin Beerentemfel, manager global partners & end customers bij Axis Communications