

Under Armour aan de slag met RFID

01-12-2021 15:30



Sportmerk Under Armour zet RFID in om zijn voorraad beter inzichtelijk te maken. De technologie wordt wereldwijd uitgerold in vierhonderd eigen winkels.

Het verbeteren van de voorraadnauwkeurigheid is volgens Under Armour een belangrijk onderdeel van de omnichannelstrategie. Vraag en aanbod kunnen beter op elkaar worden afgestemd, waardoor klanten minder mis grijpen. RFID-technologie stelt Under Armour verder in staat datagestuurde beslissingen te nemen die de verkoop binnen retail winstgevender te maken, zo klinkt het.

Under Armour werkt voor het project samen met RFID-leverancier Nedap. “We zien RFID-technologie niet als een *nice to have*, maar als essentieel om de winkelervaring naar een hoger niveau te tillen”, aldus vice president of global retail Bob Neville van het sportmerk.

Under Armour heeft in Nederland een flagshipstore in Amsterdam en is gevestigd in verschillende outletcentra. Het Amerikaanse concern is in ruim twintig jaar tijd een van de grootste sportmerken ter wereld geworden, maar heeft het de laatste jaren lastiger. Vorig boekjaar daalde de omzet met vijftien procent.