

Hoe netwerkaudio veiligheid en klantervaring optimaliseert

30-12-2021 14:00



We hebben allemaal wel eens gehoord hoe winkels hun sluitingstijd of bepaalde aanbiedingen omroepen. Een medewerker of bandje doet de mededeling; de variaties zijn beperkt, en dat terwijl er zo veel andere mogelijkheden zijn als het gaat om het gebruik van audio in retail. In deze blog drie toepassingen van audio binnen retail die meerwaarde kunnen creëren voor elke organisatie.

1. Het waarborgen van de veiligheid van personeel en klanten

Veiligheid is natuurlijk een essentieel onderdeel van de winkelervaring: zowel klanten als medewerkers willen zich in en rondom de winkel veilig voelen. Videobewaking in combinatie met netwerkaudio-oplossingen kunnen helpen bij het bewaken en beveiligen van de winkel.

Zo kunnen camera-analytics bijvoorbeeld rondhangende mensen buiten de winkel herkennen, waarna de camera een melding naar de beveiligingsafdeling stuurt en de operator ervoor kan kiezen een audiobericht af te spelen om de personen in kwestie dringend te verzoeken te vertrekken. Maar ook een door een pallet geblokkeerde uitgang kan snel door een camera opgemerkt worden, waarna personeel direct actie kan ondernemen.

Door deze meldingen kunnen verdachte en gevaarlijke situaties snel worden opgevolgd. Dit leidt tot minder

incidenten, houdt de winkel open en verlaagt de inzet van beveiligingsmedewerkers ter plaatse, wat uiteindelijk geld en tijd bespaart. Dit zie je bijvoorbeeld in Italië bij Le Piazze Center, een winkelcentrum waarbij ze het complete beveiligingssysteem hebben geüpgraded. Door de geïntegreerde audio- en video-oplossingen kunnen ongewenste gebeurtenissen en noodsituaties voorkomen worden. Hierdoor daalden ook de kosten, zowel door een vermindering in valse alarmen als door afschaffing van fysieke patrouilles.

We hebben het hier voornamelijk over veiligheidsrisico's die te maken hebben met criminaliteit of noodgevallen, maar bij veiligheid kun je ook denken aan gezondheid, zeker met de huidige coronamaatregelen en de handhaving hiervan.

2. Risico op winkeldiefstal en voorraadverlies verminderen

Je verwacht het misschien niet, maar in Europa verliezen retailers maar liefst 49 miljard euro per jaar als gevolg van winkeldiefstal en voorraadverlies. Als winkelier is het bijna onmogelijk om winkeldiefstal tegen te gaan en alles in de gaten te houden. Ook hier komt audio van pas. Zo kan de bewakingscamera een melding versturen naar de beveiligingsafdeling als het verdacht gedrag detecteert, bijvoorbeeld wanneer iemand lang rondhangt bij waardevolle producten. Maar er kan bijvoorbeeld ook omgeroepen worden dat een medewerker onderweg is om te helpen. Ook dit ontmoedigt diefstal.

Een goed voorbeeld van audio-oplossingen in retail is dat van RC Willey, een grote interieurwinkelketen in de VS. Ze hadden erg veel last van diefstal en plaatsten camera's met luidsprekers die indringers en vandalen aansprakten wanneer ze door camera's werden gedetecteerd. De gecombineerde implementatie zorgde ervoor dat de kosten voor diefstal en vandalisme van 40-50.000 euro per jaar tot nul daalden.

3. Verbetering van winkelprestaties en de klantervaring

Naast de veiligheidsrisico's die met behulp van audioboodschappen worden aangepakt, kan audio ook ingezet worden om in te spelen op de klantervaring. Wanneer klanten een fijne ervaring met een winkel hebben, kan dit aanzetten tot een sterkere klantbinding en uiteindelijk meer verkoop.

Maar wat kan netwerkaudio hierin betekenen? De juiste achtergrondmuziek kan een rustgevende, uitnodigende sfeer creëren. Daarnaast kan audio het winkelpersoneel aansturen om klanten te helpen. Tegelijkertijd kan een gesproken bericht de klant laten weten dat een medewerker onderweg is.

Overigens is audio niet alleen voor 'hulp' inzetbaar. Relevante promoties en updates adviseren klanten bij hun aankoop, of wijzen hen op aanbiedingen en acties. Deze kunnen zelfs automatisch worden afgespeeld op het moment dat een klant zich in een specifieke zone van de winkel bevindt.

Al met al zijn er dus veel mogelijkheden voor retailers om zowel de veiligheid als de klantervaring te optimaliseren. Maar dit betekent niet dat audio alle problemen oplost. Uiteindelijk zorgt de combinatie van video, audio en goed opgeleid personeel ervoor dat klanten zich veilig en gewaardeerd voelen. Betere beschikbaarheid van het personeel zal bovendien een hechtere band creëren. Op die manier zorgt de combinatie van technologie en mensen voor een betere customer experience, en dus voor meerwaarde binnen de retail.

Edwin Beerentemfel, manager global partners & end customers bij Axis