

Boon legt nieuwe basis voor innovatie

04-09-2022 14:40



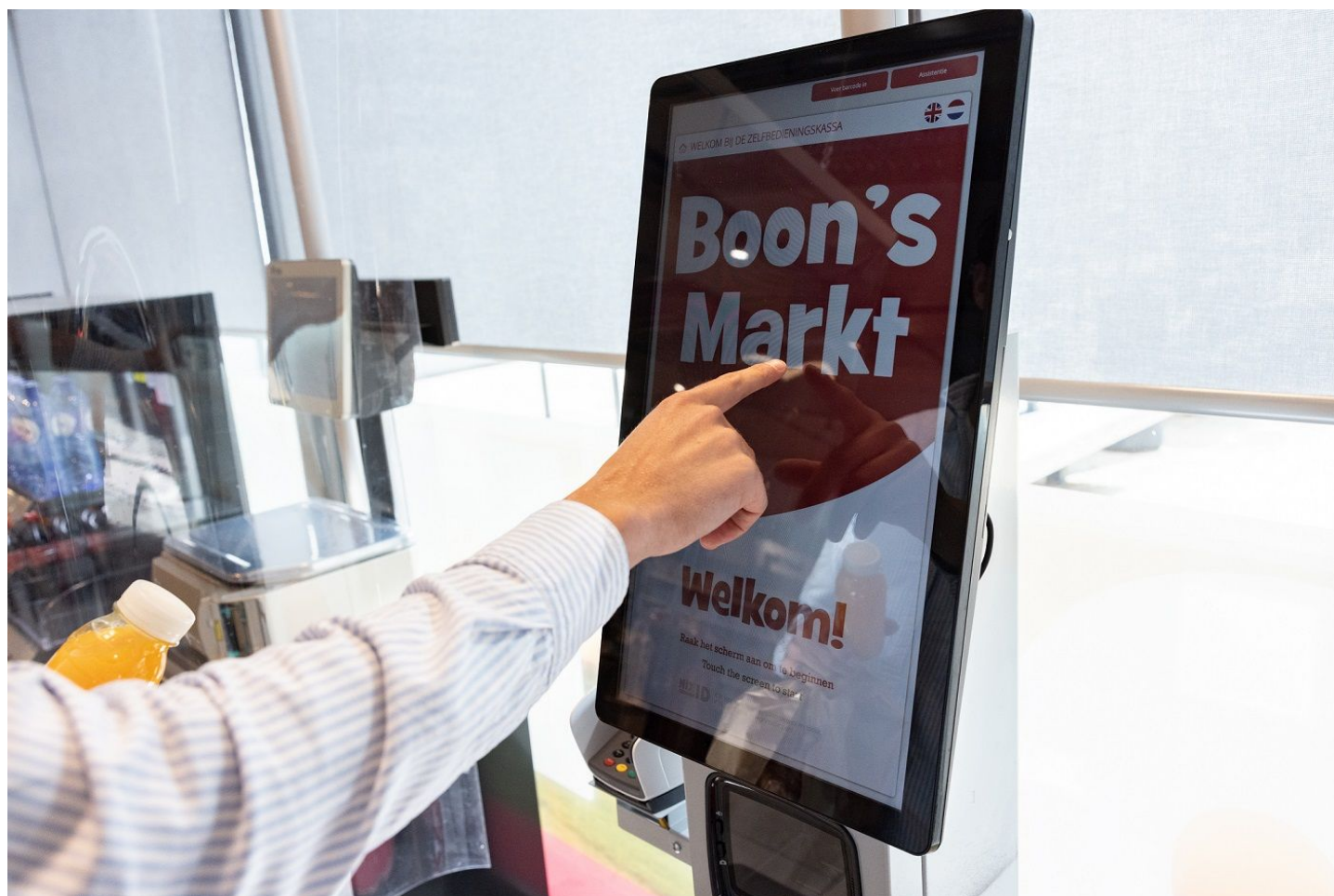
De wens om selfscan-checkouts te installeren was voor Boon Food Group een belangrijke reden om de Omnichannel Retail Suite te implementeren. Hiermee beschikt de foodretailer over een platform voor nog veel meer vernieuwingen. Denk aan een app waarmee consumenten zelf kunnen scannen en in de toekomst online boodschappen bestellen. “Om de klantbeleving op orde te brengen, was de investering in dit platform noodzakelijk.”

De supermarkt moet een plek zijn waar mensen graag komen. Met een groot versplein waar ze kunnen ruiken en proeven. Met een assortiment dat is afgestemd op de lokale behoeften, desgewenst met lokale producten van lokale leveranciers. “Niemand hoeft zijn stoel nog uit voor boodschappen. Om die consument toch in beweging te krijgen, bouwen wij ambachtelijke winkels die beleving en inspiratie bieden”, vertelt Willem Boon, commercieel directeur van Boon Food Group. “Natuurlijk, doordeweeks gunnen mensen zich daarvoor minder tijd. Daarom hebben we voor hen een korte route langs de panklare maaltijden en de snelkassa. Maar in het weekend moeten mensen vooral de kar loslaten en ondergaan wat de winkel te bieden heeft.” Daarmee maakt Boon Food Group het zichzelf niet gemakkelijk. Steeds meer winkels worden gebouwd met de effectiviteit van de operatie als belangrijkste insteek. “Onze aanpak is anders. Maar we geloven dat we daardoor ook een andere winkelbeleving bieden”, stelt Boon.

Boon's Pitstop

Deze winkelbeleving is het meest tastbaar in de veertig winkels met de formules Boon's Markt en MCD. Die zijn te verdelen in twee varianten: de grotere full-service-variant en de wat kleinere, dorpsverzorgende variant. Daarnaast exploiteert de Boon Food Group de Buurtsuper- en Vakantiesuper-formule met in totaal dertien winkels. "In 2020 zijn we gestart met Boon's Pitstop, een spin-off van Boon's Markt voor locaties met grote verkeersstromen. Steeds meer mensen wippen op weg naar huis even naar binnen voor een snelle maaltijd, zodat ze niet zelf hoeven te koken."

Er zijn op dit moment drie vestigingen van Boon's Pitstop: in Amsterdam, Rotterdam en Leiden. Deze drie winkels vormden één van de redenen om over te stappen op de Omnichannel Retail Suite (ORS) van Centric. Mensen die op weg naar huis snel wat boodschappen willen doen, zitten immers niet te wachten op een rij bij een traditionele lijnkassa. Die scannen liever zelf hun boodschappen, zodat ze snel weer buiten staan en de metro nog halen. Het oude kassasysteem van Boon Food Group bood echter geen ondersteuning voor selfscan-checkouts. "We hadden een verouderd kassasysteem dat niet meer aansloot bij de huidige formules. Om de consumentenbeleving op orde te brengen, was het nodig om over te stappen op een nieuwe applicatie en nieuwe hardware", verklaart Marcel van Gurp, ICT-manager bij Boon Food Group.



Geen hinder

Het oude kassasysteem was eveneens afkomstig van Centric. Dat betekende niet dat de keuze voor ORS vanzelfsprekend was. "We hebben onderzocht welke applicaties nog meer in de markt werden aangeboden. Maar we hebben ons ook gerealiseerd dat de betrouwbaarheid en prestaties van het oude kassasysteem altijd prima waren. Met ORS bood Centric een nieuwe applicatie die zichzelf al in de praktijk had bewezen. Bovendien: Centric kende onze mensen en onze bedrijfsprocessen al, waardoor we snel konden schakelen", legt Boon uit.

Het hele traject van aanschaf tot oplevering heeft ongeveer een jaar in beslag genomen. In de laatste drie maanden van 2019 is ORS geïmplementeerd in de eigen winkels van Boon Food Group, in de eerste twee maanden van 2020 gevolgd door de winkels van franchisenemers. "De uitrol is erg soepel verlopen, voornamelijk dankzij de goede voorbereiding. Alle betrokken partijen hadden ervaring met dit soort projecten en wisten precies wat ze moesten doen. Dat heeft geleid tot een korte doorlooptijd."

Opvallend genoeg zijn de winkels geen moment dicht geweest. Nog voor openingstijd was de hoofdkassa al vervangen. Van Gurp: "Consumenten hebben geen hinder gehad van de ombouw. De hoofdkassa was vooraf al geconfigureerd en gesynchroniseerd met het ORS-systeem. De medewerkers waren al getraind op ons hoofdkantoor in Dordrecht. Een goede begeleiding, zowel op technisch als functioneel gebied, deed de rest."

"Ik denk dat we met een zelfscan-app een nog veel grotere groep consumenten blij maken"

Willem Boon, commercieel directeur Boon Food Group

Zelfscan-app

De eerste selfscan-checkout is pas na de implementatie en uitrol van ORS geïnstalleerd. Boon Food Group wilde eerst een pilot opzetten om te ontdekken wat de impact van selfscan-checkouts op de consumenten en de winkels is. "Daarom hebben we de bestaande lijnkassa's één-op-één vervangen door nieuwe lijnkassa's. Toen we in maart 2020 daarmee klaar waren, zijn we nog diezelfde maand een pilot met selfscan-checkouts gestart", legt Van Gurp uit. Vooraf had Van Gurp met de specialisten van Centric gesproken over de juiste configuratie en componenten van de selfscan-checkout. "We hebben goed nagedacht over het ontwerp van het meubel. Natuurlijk hebben we op basis van de eerste ervaringen de look-and-feel nog wat aangepast, maar daarna zijn we snel gestart met de uitrol. Ook zijn we de functionaliteit nog wat beter gaan inzetten, bijvoorbeeld als het gaat om de steekproefsgewijze mandjescontrole. Dat is ook de waarde van een pilot: dat je dit soort processen kunt testen en verbeteren."

Op dit moment ligt de focus van Van Gurp op een ander project: een zelfscan-app die consumenten kunnen installeren op hun eigen telefoon. "Daarin zien we meer toekomst dan in een wand met handscanners bij de ingang van de winkel. Iedereen doet tegenwoordig alles op zijn telefoon. Bovendien biedt de zelfscan-app in combinatie met ORS nog veel meer mogelijkheden, zoals direct afrekenen met de telefoon of online bestellen inclusief thuisbezorging."



Klantbeleving

Als de app straks draait, wil Boon Food Group graag alle drie opties tegelijk testen: de traditionele lijnkassa's, de selfscan-checkouts en de zelfscan-app. Welke oplossingen de voorkeur krijgen, verschilt van winkel tot winkel. Boon: "Onze winkels zitten vaak in kleine stadswijken of dorpen. Daar komen klanten die per se willen afrekenen bij kassa 3, omdat ze een praatje willen maken met Ester. In die winkels moeten we de klanten helpen om te laten zien dat een selfscan-checkout echt wel handig kan zijn. Maar wij hebben ook een winkel in hartje Utrecht, waar klanten met een arm vol producten richting uitgang rennen. Die hoeft je niets uit te leggen, die vinden de selfscan-checkouts fantastisch. En voor klanten die op zaterdagochtend de wekelijkse boodschappen doen, is de zelfscan-app misschien wel een uitkomst. Ik denk dat we met deze oplossing een nog veel grotere groep blij maken."

De vraag of de investering in nieuwe technologie lonend is, vindt Boon minder van belang. "Wij kijken niet zozeer naar de businesscase, maar naar de klant beleving. Mensen vinden het prima om een half uur of drie kwartier in onze winkel door te brengen, maar als ze willen afrekenen moet dat snel gebeuren. Dan is het plezierig dat je een optie kunt kiezen die op dat moment bij je past."

"Dat we voor alles hetzelfde systeem kunnen gebruiken, is wel zo gemakkelijk voor de medewerkers"
Marcel van Gurp, ICT-manager Boon Food Group

Open systeem

Boon Food Group kijkt tevreden terug op de beslissing om te investeren in ORS. Het systeem draait centraal in het datacenter van Centric, zodat Van Gorp er bijna geen omkijken naar heeft. Dat is een groot verschil met vroeger, toen elke winkel in feite zijn eigen server had. "Alle data staat nu centraal, wat de datakwaliteit alleen maar ten goede komt."

Daarnaast is ORS een open systeem dat relatief eenvoudig te koppelen is met bijvoorbeeld een zelfscan-app of het automatisch bestelsysteem voor aanvulling van de winkelvoorraden. Van Gorp: "Als we consumenten in de toekomst in staat willen stellen om via de app hun boodschappen te bestellen en te laten bezorgen, kan dat ook worden ondersteund met ORS. Denk bijvoorbeeld aan de orderpickmodule, waarmee het winkelpersoneel online bestellingen kan afhandelen. Of denk aan de uitlevermodule met de mogelijkheid om aan de deur te betalen. Dat we overal hetzelfde systeem kunnen gebruiken, is wel zo gemakkelijk voor de medewerkers."



Eerstelijns helpdesk

De samenwerking met Centric bevalt goed. Zoals gezegd is de implementatie en uitrol van ORS soepel verlopen. Ook over de ondersteuning daarna is Van Gorp tevreden. "Centric verzorgt de volledige ondersteuning, dus ook de eerstelijns helpdesk. Dat was in het begin wel even wennen, niet in het minst voor de winkels. Die hebben geen vast aanspreekpunt meer en moeten bij problemen opeens iemand van Centric in plaats van Boon bellen. Inmiddels weten de winkels de helpdesk goed te vinden. En ook de oplossingen van de helpdesk zijn snel en goed. Het aantal incidenten loopt drastisch terug. En eens per twee weken overleggen we met Centric hoe we de ondersteuning nog verder kunnen verbeteren."



Willem Boon,

commercieel directeur Boon Food Group