

Tablets als belevingsbooster voor Skins Cosmetics

10-11-2022 05:50



Branded content

Na een pilot ontdekte Skins Cosmetics de voordelen van mobiele technologie op de winkelvloer. De cosmeticaketen koos voor tablets die zowel als informatiebron als kassa dienen. “Op rustige momenten kun je een tablet wegleggen en staat er geen enorm kassablok dat kostbare ruimte in beslag neemt. Wij gebruiken die ruimte liever om onze merken en producten te presenteren.”

Aandacht voor de klant, tijd voor een actieve rol in productadvisering, een up-to-date overzicht van de voorraad en scan- en betaalgemak op elke willekeurige plek in de winkel: een groeiend aantal retailers ziet er toegevoegde waarde in.

Dat komt niet zomaar uit de lucht vallen. Als winkelbeleving, een sterke presentatie en service de instrumenten vormen om koopgedrag te verbeteren moet de technologie erachter meebewegen, frictieloos en gebruiksvriendelijk zijn. En als het even kan niet al te nadrukkelijk of in groten getale aanwezig zijn. Dan liever multi-inzetbare tools die techniek combineren, laat Skins Cosmetics zien.

De zoektocht naar de meest exclusieve merken draait immers om gevoel en beleving, vertelt Gerry Ooi,

process & implementation manager van Skins Cosmetics. “Sinds 2000 introduceren we bijzondere cosmetica- en parfummerken van over de hele wereld, met een uniek verhaal en met passie gecreëerd door enthousiaste oprichters. Met deze ontdekkingen kunnen we onze klanten verrassen en inspireren. Of dat nu in een van onze negentien boutiques in Nederland, België of Zuid-Afrika is, bij onze wholesalepartners zoals de Bijenkorf, onze b2b-partners of online: onze klanten moeten zich overal in een bijzondere wereld bevinden waarin de meest exclusieve partners in cosmetica vertegenwoordigd zijn.”

‘Vooral in drukke periodes zijn de tablets waardevol als informatie bron of als mobiele kassa’

Om die klantbeleving en het koopgedrag te verbeteren koos Skins Cosmetics drie jaar geleden voor techniek die aansluit bij de behoefte klanten méér aandacht en tijd te geven en met hen mee te bewegen door de boutiques. De keten wist inmiddels dat leverancier Resatec ook tabletoplossingen leverde. “We kregen de vraag of het mogelijk was tablets in de winkels te integreren die naast een kassafunctie flexibel ingezet konden worden”, zegt Roland Linting, accountmanager open display solutions van Resatec. “Skins Cosmetics zocht een oplossing die volledig in de winkel geïntegreerd kon worden. De enige statische plek is de basis op het kassameubel waar de tablets worden teruggeplaatst. De technologie is op elke plek en voor meerdere doeleinden te gebruiken. Bijvoorbeeld om de voorraad te scannen, bestellingen voor samplesets op te nemen zodat die thuis kunnen worden afgeleverd, maar ook om productinformatie op te halen en te tonen aan de klant. Men gebruikt een Microsoft Surface-tablet in combinatie met een handscanner en een draadloze pinterminal.”

2000
oprichting

19
boutiques

3
markten (NL, BE, Zuid-Afrika)



Flexibiliteit

Na een succesvolle testcase tijdens de meest hectische verkooperiode, vlak voor de feestdagen, in het drukste filiaal van Skins Cosmetics in Amsterdam ging voor elke boutique – ook de nog te openen vestigingen – de voorkeur uit naar mobiele technologie. “We hebben gekozen voor een kleine tablet die onze medewerkers bij zich dragen en waarin alle relevante productinformatie is opgeslagen”, legt Ooi uit. “Skins Cosmetics is geen winkel waar iemand binnenstapt, een bekend product van een commercieel merk uit het schap pakt, afrekent en weer vertrekt. Bij ons draait alles om beleven, de ontdekkingsreis naar vaak nog onbekende producten en de verhalen achter een parfum of verzorgingsproduct. Welke ingrediënten zitten erin, wat doet het voor deze klant? We willen klanten producten laten uitproberen, zonder ze het gevoel te geven meteen iets te moeten kopen.

En wat we vooral willen voorkomen is dat iemand het idee krijgt dat we degene laten ‘zwemmen’ in ons continu vernieuwende assortiment. Doorlopende training van onze medewerkers vinden we belangrijk, zij moeten de klant optimaal adviseren.”

Zonder de tablets zou de keten zo’n strategie niet kunnen toepassen. “Een optimale klantbediening vereist een flexibel point-of-sale”, stelt Ooi. “Vooral in drukke periodes, zoals rond kerst, zijn de tablets als informatiebron of mobiele kassa’s heel waardevol. Afrekenen hoeft niet meer op een statische plek waar zich een rij wachtenden vormt. Dat kan op elke willekeurig plek terwijl onze medewerkers meelopen, adviseren en desgewenst producten in de digitale kassamand plaatsen. Wanneer producten niet op voorraad zijn, kunnen via de tablet meteen bestellingen worden geplaatst voor levering aan huis, dan wel voor ophalen in een boutique naar keuze.”



Voordelen van tablet

De keuze viel uiteindelijk op de NE360 Mobile POS-oplossing van InVue. Dit systeem is hard- en softwareonafhankelijk. Het kan dus toegepast worden op Microsoft-, Android- of iOS-tablets en met iedere softwareapplicatie en randapparatuur als betaalterminal, scanner en bonprinter. “De inzet van een tablet als point-of-sale biedt veel voordelen ten opzichte van traditionele kassa-units,” aldus Martin Kannekens, regional director Benelux & Nordics van InVue. “Het levert een optimalisatie in service op en een reductie in energiekosten en daarmee dus een directe verlaging van operationele en investeringsuitgaven.”

De technologie zorgt ervoor dat de aandacht bij de klant blijft en het serviceniveau omhoog gaat, besluit Ooi. “Het is een flexibele methode om de klant niet onnodig op te houden. Nog een voordeel: op momenten dat het rustiger is kun je zo’n tablet weggelaten en staat er geen enorm kassablok dat kostbare ruimte in beslag neemt. Wij gebruiken deze ruimte liever om onze merken en producten te presenteren.”

Sandra van Maanen