

# Mobieltje als ‘Kalashnikov’ voor retailmarketing

23-06-2006 00:00

“Het mobieltje zal de cultuur van retailmarketing veranderen”, vindt Jean-Yves Granger, directeur van LaSer Customer Experience. “Op marketinggebied lijkt een mobieltje op een Kalashnikov: werkt altijd, relatief goedkoop en makkelijk in gebruik.”

De interactiviteit van de mobiele telefoon maakt het toestel het ideale communicatiemiddel tussen retailers en hun klanten. Maar naast communicatiemiddel zal de gsm ook meer en meer als betaalmiddel fungeren. Volgens Granger “vervangt een creditcard die in het mobieltje is geïntegreerd binnenkort de bestaande creditcard.

Lees meer nieuws op de scheidslijn van retail en technologie op [RetalTech.nl](http://RetalTech.nl)