

Koreanen bestuderen gedrag winkelwagen

05-07-2006 00:00

Samsung Tesco, de op een na grootste supermarktketen van Korea, volgt met chips op winkelwagentjes de bewegingen van klanten. De keten is dan ook ontstaan uit een samenwerkingsverband tussen elektronicabedrijf Samsung en de Britse retailer Tesco.

Producten zijn traditioneel geordend volgens de diverse voedingscategorieën. Alle bestanddelen voor het ontbijt staan zo zij aan zij op het schap. Die redenering volgt Samsung Tesco niet. De Koreanen "volgen liever de gewoontes van de consumenten dan de logica".

"Het slimme schap", dat producten meer in het oog doet springen, is een plan dat door het project in de pijplijn zit. Dezelfde RFID-chips vertellen winkeliers ook op welke drukke punten op de winkelvloer "file en opstoppen" dreigen om die te vermijden.

Meer nieuws op de scheidslijn tussen retail en technologie, leest u in de gratis nieuwsbrief van Retailtech.nl.

Deze week in de nieuwsbrief - onder meer:

- Geldautomaat in winkel verhoogt omzet
- Verkeersinfo bij McDonalds
- KLM rust bagage uit met RFID
- Self-checkout een hit in de States

Abonneren kan [hier](#).