



Verkopers verdwijnen, schermen verschijnen

Beeldschermen en tablets op de winkelvloer rukken op. Ze geven de consument informatie over producten die ze zelf kunnen 'personaliseren'. Of bieden het verkopend personeel extra informatie. Meestal kan via het scherm ook besteld worden. De slag om het schap gaat wellicht op sommige plaatsen ontaarden in de slag om het scherm.

Mede dankzij het wijd verspreide gebruik van smartphones en tablets rukken ze op; beeldschermen op de winkelvloer. Op de schermen geen filmpjes over een of ander nieuw product of de actuele aanbiedingen, maar complete en gerichte informatie over specifieke producten. Denk aan rolgordijnen, pvc-vloeren of gestoffeerde zitbanken. Bij Praxis kan de consument zijn 'eigen' rolgordijn via een touchscreen samenstellen. Kleur, dessin (eventueel een eigen geüploade foto), hoogte, breedte en type bediening kan de klant ter plekke

invoeren en zo zelf het gewenste rolgordijn digitaal in elkaar knutselen. Er hoeft geen verkoper meer aan te pas te komen want via een stappenplan wordt de klant door het programma geleid. En 'het systeem' maakt geen fouten. De klant kan op het scherm het eindresultaat zien en desgewenst meteen bestellen.

Sneller en minder fouten

'De consument wil zichzelf een beeld vormen van de mogelijkheden die een product biedt en dat kan met deze tool', zegt Robbert-Jan Ter Horst, managing director bij Schadébo DIY. Schadébo DIY levert (onder meer) raamdecoratie aan Praxis. In alle vestigingen staan schermen waarmee klanten raamdecoratie en maatwerk gordijnen kunnen configureren en bestellen. Ter Horst: "Het aandeel van speciaalzaken loopt terug en er is een verschuiving gaande naar grootschalige retail waar minder adviserend personeel beschikbaar is. Tevens wil de retailer minder voorraad en groeit het aandeel in maatwerk. De verkoper wil zich niet meer door allerlei (stalen)boeken heenworstelen en de consument wil wel graag zien wat er allemaal kan. Dat kan allemaal met zo'n touchscreen. Het voorkomt ook nog eens maken van handgeschreven bonnen wat fouten vrijwel uitsluit en sneller werkt.'

App voor pvc-vloeren

Ook bij Thuisin wordt sinds mei gebruik gemaakt van beeldschermen. Deze zijn niet gevat in een display zoals bij Praxis, maar zijn in handen van het verkopend personeel dat met behulp van een tablet de klant van advies dient. De tablet heet DIVA wat staat voor Digitale Verkoop Assistent. Daarop staat een app met daarin alle informatie over pvc-vloeren. De app is gekoppeld aan een database die gevoed wordt door de leverancier waarmee de verkoper altijd actuele informatie heeft. Ook hier kan de gebruiker, samen met de klant, via een stappenplan op zoek naar het gewenste product. Aan het eind is de order vanzelf gereed en weet de klant meteen wat het kost en wat er allemaal nodig is. Het aantal vierkante meters, mogelijk noodzakelijke materialen voor de voorbereiding, benodigde lijm, plinten of andere materialen – het rolt er allemaal probleemloos uit.

DIVA

“De app is exclusief voor de winkelier en een ondersteuning voor hem in het verkoopproces”, zegt Mark Brouwer, directeur van Thuisin. “We zijn begonnen met een app voor pvc-vloeren, nu starten wij met raamdecoratie en in de loop van dit najaar komen er meer productgroepen bij.” Bij Thuisin wordt ‘het scherm’ dus ingezet als extra steun voor de verkoper die zich daardoor kan profileren als up-to-datespecialist met een breed assortiment. De softwareontwikkelaar Logic-Trade ontwikkelde al eerder applicaties voor onder meer Trendhopper en Budget Home Store, een keten van meubelzaken. Mensen kunnen in deze winkels via beeldschermzuiden hun eigen meubel samenstellen. Daarbij kun je denken aan keuzes in stofsoort, kleur, poten, zithoogte en zitdiepte en uitvoering (driezits, vierzits, etc.).

Gebruik database

Om zo iets te realiseren is een stevige database nodig met alle artikelnummers. Het systeem moet immers wel probleemloos werken omdat de gebruiker, de consument of de retailer in feite het hele keuzeprocess uitbesteedt aan een niet zichtbaar systeem waar uiteindelijk een product uit tevoorschijn moet komen. De kunst is om het geheel zodanig in te richten dat het voor de gebruiker logisch is om op deze manier opeenvolgende keuzes te maken. Zo leerde Schadébo dat in eerste instantie de laadtijd te lang duurde vanwege de zware database die de kern van het systeem is. Dat is inmiddels aangepast want de gebruiker, in dit geval de consument, is gewend aan een hoge internetsnelheid en wil ook dat het scherm in de winkel snel werkt.

Onlineversie

Het scherm in de winkel en het eigen scherm - thuis, op het werk, in de trein of waar dan ook - moet gebruikersvriendelijk zijn, een absolute vereiste. Een paar jaar geleden had behangleverancier AS Creation een (klein) scherm in de winkel waarmee de klant digitaal door de collectie kon ‘bladeren’ in plaats van een behangboek. Het werd geen succes en vooral ouderen lieten het links liggen. Misschien was het te

vroeg, misschien bood het te weinig – dat is niet duidelijk. Duidelijk is wel dat het gebruik gewoon makkelijk, simpel en snel moet zijn. Een verkoper kun je wat vragen, maar een dood scherm geeft hooguit aan dat er nog iets ingevuld moet worden. Als het even kan, moet het scherm in de winkel ook een onlineversie kennen zodat de consument het ook thuis kan raadplegen. Bij de beschreven variant zoals Praxis die gebruikt is, dat het geval. Wie nog even wil nadenken voor de bestelling wordt geplaatst, kan thuis via een code het in de winkel geconstrueerde oproepen en alsnog bestellen.

Klanten trekken naar winkel

Dat geldt ook voor mensen die gebruik maken van de site www.jouwgordijn.nl. Deze is opgezet door de Belgische groothandel en converter Boelaert & Moens. Je kunt via de site selecteren op stof, kleur, stijl en product (rolgordijn, vouwgordijn etc.) en in een oogwenk krijg je een beeld van het eindproduct wat er via up-to-datevisualiseringstechniek levensecht uitziet. Online bestellen kan ook, maar de aflevering loopt via de winkelier en het is absoluut de bedoeling dat mensen naar de winkel komen om het kant-en-klare gordijn op te halen. Wie wil, kan ook in de winkel de site raadplegen. Geselecteerde dealers hebben een display met beeldscherm plus de stoffen ‘in het echt’ en dat is prettig voor mensen die de stof willen zien en voelen. Direct bestellen kan uiteraard ook.

Productonafhankelijk platform

De site is sinds de zomer in de lucht en woninginrichter Rhetap in Barneveld is een van de eersten die met het systeem en de display werkt. Eigenaar Herman van Rhee heeft er nog niet veel ervaring mee, maar is blij dat hij het in huis heeft. ‘Het programma ziet er goed uit, werkt snel en is product- of producentonafhankelijk. Je kunt het ook gebruiken voor bijvoorbeeld vloeren en verf en zelfs voor andere gordijnleveranciers. Nu kun je, naast een realistische afbeelding van het kant-en-klare gordijn, ook al iedere RAL-verfkleur op de muur smeren. Als daar nog meer producten bij komen, wordt het voor de klant nog interessanter.’

Strijd om de winkelvloer

Hiermee stipt Van Rhee een belangrijk punt aan want op dit moment zijn tapijtfabrikanten, aanbieders van pvc-vloeren, producenten van raamdecoratie en verf, ketens en toeleveranciers van bouwmarkten en softwareontwikkelaars allemaal bezig met eigen apps en programma’s om hun producten in de winkel op het scherm te krijgen. ‘Ik wil echt niet zes van die aparte schermen in mijn winkel’, vindt Van Rhee. Ook degenen die al wel wat gerealiseerd hebben en inmiddels op de winkelvloer staan, realiseren zich dat. De grote vraag is nu: wie slaagt erin om ‘zijn’ scherm in de winkel te krijgen? Zoals in de bouwmarkten soms gesproken wordt om de strijd om het schap kan dit wel eens worden verbreed tot dhz-zaken en woninginrichters: die zullen moeten kiezen in de strijd om het scherm. 