

Fremtidsforsker: Butikker dør uden mobile kundeoplevelser

Om få år kan smartphonen guide kunderne rundt i butikken på en personaliseret indkøbstur, hvor priser og særtilbud vil afhænge af de data, butikken har om kunden. Detailhandlen går en svær tid i møde, hvis ikke IT-mulighederne udnyttes nu, advarer eksperter

Velinformede forbrugere presser i stigende grad detailhandlen ved at finde bedste pris og kvalitet online, før de

går hen i en lokal butik og sammenligner. Men i stedet for at frygte konkurrencen fra nettet skal butikkerne bruge

de digitale muligheder til at skabe personlige kundeoplevelser, mener Brian Kjærulff, mobilspecialist og partner hos

Mobtimizers, der er nichebureau for digital og mobil strategi.

Detailhandlen står ved en skillevej. Hvis de ikke rider med på IT-bølgen, vil mange af butikkerne blive udkonkurreret af nethandlen. Derfor skal de have de tekniske løsninger, der gør livet lettere for kunden. Hvis fx Elgiganten i butikken kan tilbyde kunden nem adgang til den research, de ellers selv ville foretage på mobilen, kan de gøre en større forskel for kunden, så de får solgt mere til bedre pris, fastslår han.

Online og offline handel flyder sammen inden for de næste år. I hele købsprocessen vil kunden have en forventning om, at der både er en fysisk og en digital dimension, forudser fremtidsforsker Carsten Beck.

Fremtidsforsker Carsten Beck er enig i, at internettet vil forvandle indkøbsoplevelsen om få år.

Online og offline handel flyder sammen inden for de næste år. I hele købsprocessen vil kunden have en forventning om, at der både er en fysisk og en digital dimension, forudser fremtidsforskeren.

Ligesom Brian Kjærulff mener han, at detailhandlen skal genopfinde sig selv i stedet for at kæmpe mod online handlen.

Hvis de ikke gør noget, så dør de. Dødskrammer kan tage mange år, men det er nu, de skal lave løsninger, der gør mobilen til en del af kundeoplevelsen. Du kan fx integrere med alle de digitale platforme - Facebook, Twitter, Instagram - altså hele den sociale del. Så når du står nede i H&M, kan du slå op og se, hvor mange likes den her nederdel har fået.

Det kalder man situationsbestemt forbrug, for hvis du er i budgetmode og målrettet går ned i en butik for at købe en bestemt vare, så er der jo ikke noget, der kan forhindre dig i at tjekke priserne andre steder, forklarer Carsten Beck.

Forbrugere er klar til fremtidens detailhandel

Den store interesse for at søge oplysninger om varer online viser, at forbrugere er klar til den digitaliserede kundeoplevelse, mener Brian Kjærulff, som finder tendensen positiv.

Udviklingen sker jo, fordi den er til gavn for kunderne. De forventer den ekstra service, som den personaliserede indkøbstur er. Og de tekniske muligheder er på plads, så detailhandlen skal bare gå i gang nu, fastslår han.

-rms



Tre mobile tendenser i detailhandlen

Nye tal fra Deloitte viser, at vores mobiltelefon påvirker tæt ved hver tredje af alle vores køb i fysiske butikker. Digitaliseringen har dermed stor indflydelse på vores købsadfærd - og hvis detailhandelen også i fremtiden vil være en del af købsbeslutningen kan de med fordel starte med at skæve til disse tre mobile tendenser leveret af en mobilekspert og en fremtidsforsker

Det er svært for detailhandlen at vælge, hvilke teknologier og muligheder, man skal gå efter. Detailbranchen kan ikke bare halse efter alle de teknologiske muligheder. De må identificere kundernes adfærd, og hvornår de bruger mobilen, og så må de lægge en strategi derudfra, siger Brian Egerup Kjærulff, der er mobilspecialist og partner i bureauet Mobtimizers. Han giver her et indblik i tre tendenser, der kan hjælpe detailbranchen med at pejele.

Den fysiske butik mister indflydelse

Ifølge nye tal fra Deloitte*

influerer mobilen 28% af alle vores indkøb i fysiske butikker. Vi har den med os overalt og i forbindelse med større køb foretager kunden en masse research på egen hånd, så forbrugers viden ofte matcher eller overgår ekspedientens, mener Brian Egerup Kjærulff. Detailkæder må være mere proaktive i forhold til forbrugers research-adfærd, og droppe skellet mellem webshop og fysisk handel. Butikker, der formår at udvikle mobile og digitale løsninger, der hjælper kunden med at gøre det bedste køb online eller offline får en stor konkurrencefordel,

siger han og får støtte fra en fremtidsforsker:

Den gamle skelnen mellem offline og online forsvinder. Når du er i et butiksmiljø, er der en forventning om, at du har digitale muligheder - og her er forventningen især, at den digitale dimension er mobil, mener fremtidsforsker Carsten Beck fra Institut for Fremtidsforskning.

Oplevelsen skal være personlig

Den individuelle kundeoplevelse, tilbud skræddersyet til dine præferencer og butikker, der kender dine børns allergier.

Dét er fremtiden.

Tilbud skal være relevante for den enkelte forbruger. Ved at integrere kundens smartphone fx ved hjælp af en loyalitets-app, kan butikken indsamle data og skabe en stærkere kunderelation med mere personlige rabatter. Medlemskortet er allerede ved at blive erstattet af sådanne apps, vurderer Brian Egerup Kjærulff.

Fremtidsforsker Carsten Beck er enig:

- Når du besøger din lokale Føtex, er det ikke bare en Føtex, men din Føtex. De kender alt til dig, dine vaner, dine allergier osv. Det kræver big data-løsninger og stor

datasikkerhed.

Butikkerne registrerer din færden

Snart vil butikkerne bruge signalet fra kundernes smartphones til at registrere deres færden i butikken og på den måde sende dem relevante beskeder med tilbud. En af teknologierne til dette er Apple's iBeacons. Går jeg forbi en sportsbutik, jeg er medlem af, vil butikens iBeacon registrere, at jeg er i nærheden og sende mig dagens særlige tilbud, baseret på mine tidligere køb og præferencer. Jeg går ind i butikken, køber varen, og får nu et nyt tilbud

om sko på tilbud i afdelingen ved siden af. Dem snupper jeg også, før jeg går til kassen og betaler ved at føre min mobil over en scanner - eller simpelt hen ved bare at gå ud af butikken. Min loyalitets-app opfanger automatisk købet og giver mig de optjente point, forudser Brian Egerup Kjærulff.

-rms

