



Cloud-kansen voor de Retail

RETAIL Met de introductie van Microsoft Dynamics AX - Retail Essentials opent zich er een nieuwe wereld aan technologische mogelijkheden voor retailers.

“Het is nu de tijd om stappen te maken, anders blijf je achter”, stelt MS Dynamics-kenner Jan van de Ven. “Er is vijf jaar door Microsoft aan gewerkt en het Enterprise Resource Planning (ERP)-systeem is het eerste half jaar enkel cloudfirst - dus alleen online, beschikbaar. Microsoft heeft hiermee echt een zwaar statement gemaakt. Oudere versies gaan verdwijnen. De cloud heeft de toekomst”, legt van de Ven uit. Hij stelt dat de vernieuwing winkeliers veel voordelen brengt. “Dankzij het cloudsysteem zit je niet meer vast aan een eigen serverpark voor dataopslag. Je kunt de benodigde capaciteit naar gelang op of af schalen. Denk aan een grotere overslagcapaciteit in de maand december. Dit scheelt over het geheel genomen in de kosten - je betaalt alleen wat je gebruikt, en omdat je de afname iedere maand opnieuw kan instellen ben je ontzettend flexibel. Ik wil zelfs stellen dat je als CEO verkeerd bezig bent als je deze kans aan je voorbij laat gaan.”

Geen lange rijen

En daar houdt het volgens van de Ven niet op. De mogelijkheden van de nieuwe software moeten het winkeliers in de toekomst makkelijker maken om hun klanten een totaalpakket aan te bieden. Van de Ven: “MS Dynamics zorgt ervoor dat je alles, van logistiek tot verkoop, met één hand kunt regelen. Dat maakt het uitermate geschikt voor grotere winkelketens. Voorbij zijn lange rijen voor de kassa omdat het systeem traag reageert als het druk is; MS Dynamics anticipeert hierop en blijft dankzij de cloudopslag net zo snel. En als een artikel op één locatie is uitverkocht, kan de winkelier ter plekke met behulp van een tablet samen met de klant zien in welk filiaal het product nog wel beschikbaar is.”

Internet of Things

“Dankzij de grote opmars van Internet of Things (IoT) is er in de toekomst nog meer mogelijk”, stelt

van de Ven. “Omdat apparaten dankzij sensoren en software verbonden kunnen worden met het ERP-netwerk en zelfstandig gegevens met elkaar én met mensen kunnen uitwisselen. Bijvoorbeeld. Een boekhandel heeft in al zijn boekenplanken sensoren geplaatst die zijn gekoppeld aan het ERP-systeem en het datacenter dat de logistiek regelt. De boeken worden telefonisch door een klant gereserveerd en voor de klant klaargelegd. Ze zijn dus nog niet betaald, maar wel ‘weg’. Via de sensor kan de voorraad automatisch snel worden aangevuld zonder dat er een mensenhand aan te pas hoeft te komen. Ik denk dat deze vorm van technologie explosief zal groeien de komende jaren. Mijn advies: probeer niet zelf opnieuw het wiel uit te vinden, maar werk hiervoor samen met gespecialiseerde bedrijven. Durf samen te werken en gebruik te maken van de kennis van anderen.”

Goede investering

Ook de mini-computer Raspberry Pi kan in combinatie met IoT en MS Dynamics interessant zijn voor retail-ketens. “Deze Pi computers worden voor vijf euro geproduceerd in Engeland”, vertelt hij enthousiast. “Koppel ze in de toekomst aan camera’s met sensoren die kunnen registreren of je klanten blij of chagrijnig kijken. Of koppel ze via het ERP-systeem aan digitale displays bij je producten die altijd de actuele prijs aangeven. Het hele systeem van sensoren communiceert weer met het datacenter van Microsoft Azure zodat het ook mogelijk is om dit op een later tijdstip te analyseren. Zo blijf je een up-to-date inzicht houden in de klantervaring. En laat je niet afschrikken door de technologie. Zoek, als je het zelf te ingewikkeld vindt, een goede technologische partner die zo’n systeem voor je kan ontwikkelen en zorgt voor constante innovatie.”

Proeftuin

“In januari 2016 start er een Retail-proeftuin waar winkelbedrijven straks met de Raspberry Pi en IoT aan de slag kunnen om de technologie en toepassingen te testen. Drie middagen in de week is de Proeftuin voor de jeugd van acht tot achttien jaar; dan kunnen zij daar naar hartelust programmeren. Zij zijn immers de toekomst.” Hij sluit af: “Ik zou niet willen dat de fysieke winkels het straks verder afleggen tegen de online-concurrentie. Maar om bij te blijven zal de retail zijn best moeten doen en gebruik moeten maken van slimme opties van de toekomst.”

12-2015 LAILA DE MIRANDA, redactie@mediaplanet.com