

Editie 1

RETAIL & mobiel internet

De internetontwikkelingen volgen zich in razend tempo op. De webmanager van vandaag de dag kan nog maar met moeite bijhouden wat nog 'hot' is en wat 'not'. Wat leeft er bij de doelgroep en hoe ontwikkelt zijn/haar internetgebruik? Is er nog verschil te constateren tussen verschillende sectoren of branches?

In deze editie van Internet Trend Visie gaan we in de mogelijkheden die mobiele toepassingen hebben in de retail sector. Naast feiten en cijfers wordt een uiteenzetting gedaan van mogelijkheden die bij kunnen dragen aan een optimale bediening van klanten.

*In de volgende edities van deze Retail serie gaan we in op:
Retail & Social Media
Retail & Dialoog
Marketing
Retail & Affiliate
Marketing*

*Als u vragen, opmerkingen en/of aanvullingen heeft, laat het mij weten op:
y.reincke@presentmedia.nl*



Yolanda Reincke, adviseur internet Present Media

10 december 2009

Deze internet trend visie is opgesteld door Present Media Internet Management. Het geeft een beeld van de belangrijkste trends voor specifieke sectoren en branches. Het geeft weer welke ontwikkelingen voor webmanagers uit deze sectoren en branches van belang zijn en wordt aangegeven waar kansen liggen

Retail & mobiel internet

Mobiele toepassingen worden steeds vaker ingezet. Vooral de SMS diensten zijn een eenvoudig en effectief communicatie middel gebleken. Steeds meer bedrijven zetten dan ook SMS diensten in om hun service verlening te ondersteunen. Een berichtje van je garage dat je auto klaar is, een reminder van je tandarts dat je morgen een afspraak hebt. Het is relatief eenvoudig en zeer doeltreffend. Ook is SMS steeds vaker een onderdeel van marketing campagnes, met name de campagnes die gericht zijn op de jongere doelgroepen.

Opvallend is ook dat mobiel internet nu echt van de grond begint te komen in Nederland. Er wordt al jaren over gesproken, nu is het dan echt zo ver. Daarbij zien we 2 verschillende soorten mobiel internet: **Mobiele websites en Mobiele applicaties.**

Mobiele website

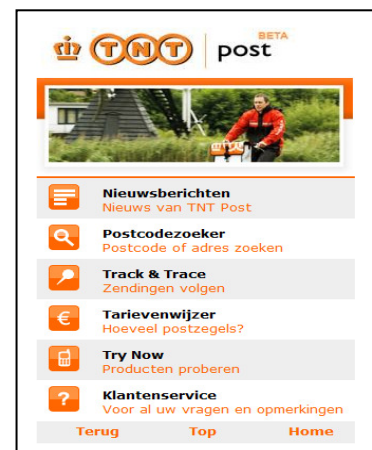
- Een mobiele website is niet alleen een andere weergave van je website. Belangrijk onderscheid is dat een mobiele website slechts die informatie en functionaliteiten biedt, die een gebruiker via zijn mobiele telefoon zou willen raadplegen. Veel voorkomende toepassingen voor de retail mobiele website:
 - Nieuws
 - Filialen n.a.w.
 - Prijslijst
 - Klantenservice (FAQ)
 - Bestellen
 - Status bestelling

Feiten & cijfers

Uit een recent onderzoek van Multiscope (september 2009) blijkt dat meer dan twee miljoen mensen maandelijks mobiel internet gebruiken. Ongeveer 1,3 miljoen zijn elke week op het mobiele internet te vinden. Het percentage mobiel-internetgebruikers dat elke dag online gaat, is in een jaar gestegen van 19 naar 40 procent. Eerder dit jaar schatte onderzoeksbureau Forrester het aantal mensen dat in Nederland gebruikmaakt van mobiel internet op 2,8 miljoen.

“Companies looking to drive sales should leverage mobile marketing activities like providing product information, coupons, discounts, event notification and mobile search. Another high-return approach would be to employ mobile’s innate capability to enhance the consumer interaction with a brand, providing information, inspiration or helpful functionality.”

Nielsen



Van de gebruikers van mobiel internet heeft ruim 70% een onbeperkte databundel. Het percentage mobiele telefoons dat geschikt is voor mobiel internet is ondertussen gestegen naar 60%. Naast het huidige gebruik werd de deelnemers in het voornoemde onderzoek ook gevraagd naar hun visie op de toekomst van het mobiele internet. Op basis van de antwoorden verwacht Multiscope dat mobiel internet in 2015 een penetratie zal kennen van 53 procent.

Het Amerikaanse adviesbureau Acquity Group voorspelt dat over 5 jaar 50% van alle online retailers een mobiele website heeft.

'Weinig mensen geïnteresseerd in mobiele applicaties'
De onderzoeker Multiscope raadt bedrijven die nadenken over hun mobiele strategie aan om vooral eerst een mobiele website te ontwikkelen. Uit een onderzoek gehouden in september 2009 blijkt dat "Mobiele websites zijn veel bekender en worden veel vaker genoemd dan mobiele applicaties." Voor elke twee mobiele websites kan men slechts één mobiele applicatie noemen. De applicaties die worden geïnstalleerd zijn vaak gerelateerd aan de GPS en navigatiemogelijkheid en van de telefoon. De meest bezochte mobiele websites zijn die van Nu.nl, Google, Buienradar en Hyves. Sites als 9292 en NS haalden ook de top10, net als webmaildiensten Hotmail en Gmail.

Bron: [tweakers.net / multiscope](http://tweakers.net/multiscope)

Mobiele applicaties

Hoewel het hiernaast genoemde onderzoek van Multiscope laat zien dat op dit moment mobiele applicaties nog niet erg populair zijn, zijn er wel degelijk belangrijke ontwikkelingen en ook succesverhalen. Kijken we naar de mogelijkheden die dit de retail branche biedt, dan zien we vooral kansen op het gebied van marketing / communicatie, e-commerce en klantenservice activiteiten.

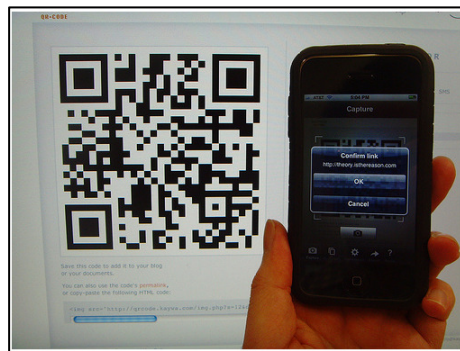
De vraag is natuurlijk welke ontwikkelingen specifiek de retail branche interessant zijn. Welke technologische ontwikkeling biedt kansen? Naast de bekende toepassingen als SMS, e-mail, (instant) messaging en (nieuws) feeds zijn er een paar veelbelovende ontwikkelingen:

- Quick Response codes
- Augmented reality (Layar)
- Social networking mobiele applicaties

Quick Response codes

QR codes zijn tweedimensionale barcodes die je met je mobiele telefoon kunt scannen. De code kan met een simpel stukje software eenvoudig worden omgezet in tekst of een domeinnaam.

QR codes maken de cross-over van print naar mobiel internet eenvoudig en zijn voor zowel de adverteerder als de eindgebruiker interessant. Het gebruik van QR codes is nu nog een redelijk uniek fenomeen in Nederland. In Azië zie je de codes overal: op advertenties, reclameposters, visitekaartjes en websites.



CASE QR code: Go-Tan (One Shoe)

"In samenwerking met Go-Tan, producent van Aziatische levensmiddelen, plaatste One Shoe een QR code op de verpakking van het product Wok-essentials. De QR code verwees naar een mobiele website met recepten en boodschappenlijstjes."

Bron: Frank Watching

Augmented Reality

Augmented Reality of transrealiteit, is het versmelten van de echte (fysieke) en de virtuele wereld. Met deze techniek is het mogelijk om bijvoorbeeld objecten te laten verschijnen die er niet zijn. Een camera of mobiele telefoon zijn daarbij onmisbaar. Globaal zijn er 2 richtingen: Fysieke objecten van informatie voorzien en van print naar multimediaal.

De voorspellingen over het succes van deze technologie zijn niet eenduidig, maar over het algemeen wordt het meeste succes verwacht van toepassingen die informatie 'toevoegen' aan fysieke objecten. Daarbij worden virtuele lagen live aan het beeld van een fysiek object toegevoegd. Bijvoorbeeld door de camera van een mobiele telefoon op een object te richten wordt relevante informatie over dat object getoond.

Voorbeelden:

- Via Funda is het mogelijk te zien of er koop- en huurhuizen in de buurt zijn.
- TNT heeft een toepassing ontwikkeld waarbij je kan zien -waar de dichtstbijzijnde brievenbus te vinden is.
- www.wikitudo.org, een dienst die gebruikt wordt als een 'augmented reisgids'.

Meer voorbeelden en inspiratie:

<http://layar.com/catalog/ContentCatalog.html>



internet trend visie

Belangrijke internet trends en kansen voor sectoren en branches

De mobiele Social Networking ontwikkelingen nemen ook een vlucht nu steeds meer telefoons betaalbare internetverbinding kennen. Volgens recent onderzoek van Forrester Research is het aantal mensen dat regelmatig via mobiel sociale netwerken bezoekt, het afgelopen jaar verdubbeld. Facebook heeft in september 2009 bekend gemaakt dat het de 65.000.000 gebruikers is gepasseerd. Fabrikanten van mobiele telefoons haken ook in op de 'social experience' (bijvoorbeeld de Samsung Corby S3650).

Het gebruik van mobiel internet is in veel landen nog tussen de tien procent en 20 procent. China staat met 27 procent aan kop.

In 2008 - 2009 is het aantal smartphone gebruikers in de VS gestegen met 73 procent.

In de VS is het snelst groeiende mobile segment Video / Mobile TV.

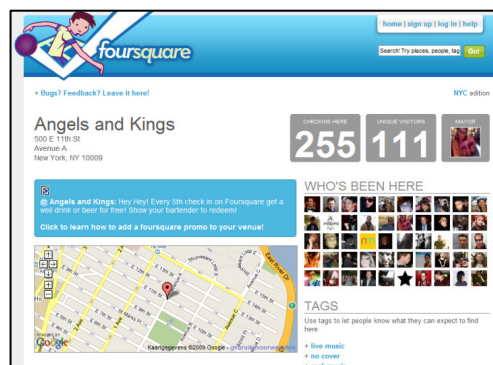
Het smartphone gebruik laat zien: hoe beter de browser, hoe meer mobile internet gebruikers.

Een derde van alle mobiele data gebruikers is in aanraking gekomen met een bepaalde vorm van mobiele advertising.

Social Networking mobiele applicaties

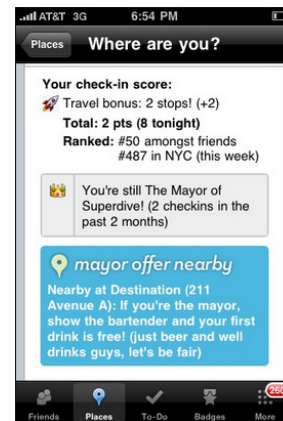
Iedereen kent wel Social Networking sites als Hyves, LinkedIn, Facebook, Twitter e.d. Veel bedrijven experimenteren om te onderzoeken waar en hoe zij hun voordeel er mee kunnen doen.

De meeste Social Networks bieden ook mobiele diensten aan. Hyves bijvoorbeeld heeft al meer dan mobiele 400.000 gebruikers en 100 miljoen pageviews per maand. Dat Social Networking via de mobiele telefoon wordt gebruikt is duidelijk. Wat nog niet duidelijk is hoe je als retailer daar wat mee kan doen. Er wordt veel geëxperimenteerd zoals bijvoorbeeld campagnes die via Hyves gelanceerd worden. Het sneeuwbal effect genereert een enorm bereik. Toch is nog lang niet duidelijk hoe en waarom Mobile Social Networks meer dan bereik gaan opleveren. Hoewel de meningen daarover verdeeld zijn, lijkt mobiele sociale netwerken veel interessanter te worden wanneer toepassingen als www.foursquare.com en www.yelp.com doorbreken in Nederland.



Met name foursquare combineert webververtising met aanbevelingen en social media buzz. Zij beweren dat te mensen kunnen motiveren om een locatie (restaurant, bar, winkel) te bezoeken door ze daarvoor te belonen als ze dat doen. Bezoekers kunnen punten verzamelen en bij een bepaald aantal bijvoorbeeld korting of iets gratis krijgen. Interessant is ook dat je op deze manier veel data over je klanten kan verzamelen. Hoe vaak ze jou bezoeken en bijvoorbeeld hoe vaak ze jou aanbevelen bij anderen.

Een andere mogelijkheid is dat als een bezoeker zich eenmaal bekend heeft gemaakt je die persoon berichten live berichten kan sturen. De toegevoegde waarde voor gebruikers is wat minder duidelijk. Het is denkbaar dat maar een kleine groep mensen hier iets mee zullen doen. Van de andere kant is het een manier om vast te leggen waar je bent geweest, handig als je nog eens terug wilt gaan. Hoe dan ook, de ervaring zal moeten uitwijzen of dergelijke toepassingen breed geaccepteerd en gebruikt zullen worden.



Conclusie

De hiervoor beschreven ontwikkelingen bieden ruim kansen voor de retail. Denk aan QR codes in winkels die de klant aanvullende informatie over producten, reviews, FAQ's, tips en bijpassende producten biedt. Of een verlanglijstje of boodschappenlijstje samenstellen via de website en via je mobiel. Met een koppeling naar de webshop of een SMS alert wanneer dat product in de aanbieding is.

Kortom, veel kansen en mogelijkheden om verkopen te stimuleren, de klanttevredenheid te verhogen, klantrelaties te versterken, processen te optimaliseren en dienstverlening te verbeteren en/of uit te breiden.

Of je hier als retailer iets mee moet, hangt af van de ambities van je organisatie. En niet minder

belangrijk, of de toepassing bij de interesses en het gedrag van je doelgroep past.

Meer inspiratie

- QR codes en marketing
<http://www.youtube.com/watch?v=v86svrjUW9Q>
- Augmented reality voorbeeld Wehkamp
<http://www.youtube.com/watch?v=rgQTFtaLLDQ>
- Augmented reality My Ikea
http://www.youtube.com/watch?v=OjaviTvzIMw&feature=player_embedded
- Mobile service Albert Heijn (Appie)
<http://www.youtube.com/watch?v=E8U5b-ZUHpQ&NR=1>