



Ontwikkelingen in retailland

De lokale mkb- ondernemer moet zich onderscheiden

Wat moet een mkb-ondernemer in de retailbranche doen om het hoofd boven water te houden? “In ieder geval moet je weten welke ontwikkelingen er spelen in de branche. Bekijk welke jouw segment raken en bedenk hoe je daar slim op kunt inspelen.”

Dit zegt Frank Quix, managing director van Q&A Insights & Consultancy, een adviesbureau gespecialiseerd in retail. Onlangs vertelde hij als spreker op de SRA-Branche- en advieskring breeduit over vijf actuele ontwikkelingen waar retailondernemers niet onderuit kunnen.

Groei?

De economie zit in de lift, veel branches profiteren van een stijgend bestedingspatroon of een groeiende orderportefeuille. Quix ziet dit in de retail nog niet echt terug: "Als je jaren van krimp hebt meegeemaakt, ben je al snel blij met wat groei. Voor de mkb-ondernemer in het algemeen in deze sector blijft nog het gewoon heel lastig. Ook al daalt het aantal faillissementen percentueel in de retail, er zijn segmenten waar we nog klappen verwachten." Daarbij denkt hij aan de kleding- en schoenenbranche, het segment huishoudelijk en elektronica.

Tal van 'nieuwe' ontwikkelingen

De ontwikkelingen in retail gaan echter stug en in rap tempo door en zijn legio. "Er is een aantal dat eruit springt", aldus Quix. "De truc is om goed uit te pluizen wat je er als ondernemer mee moet en mee kunt. Daarbij, alle veranderingen hebben impact op wet- en regelgeving. Daarom is het voor accountants en fiscalisten belangrijk goed te weten wat er speelt."

AI, ofwel kunstmatige intelligentie

"Kunstmatige intelligentie speelt een rol en die wordt steeds groter, bij alles waar routine in zit. Denk aan het doen van de boodschappen. Met AI kun je het de klant gemakkelijk maken." De klant kan natuurlijk zelf de bestelling doen, maar dit kan ook automatisch voor je gedaan worden. Quix: "Denk aan sensoren in je koelkast die verbonden zijn met het internet en zo bestellingen doorgeven." Dit is technisch al mogelijk maar wordt in praktijk nog niet bij de consument toegepast. "Bij Amazon echter, kun je bijvoorbeeld al bepaalde producten automatisch bestellen. Dit kan enerzijds op basis van een abonnement, maar ook op basis van een voorspelling die gedaan wordt over je huishouden."

Weten dat jij 'jij' bent

"Een andere manier om slim gebruik te maken van AI, is dat de site waarop ik inlog, weet dat ik 'ik' ben. Denk aan een kledingwebshop die mij als persoon herkent, mijn maten weet en mij daarom alleen aanbiedt uit de webwinkel wat mij past. Al het overige wordt wegge laten. Dit is natuurlijk een sublieme manier van klantvriendelijkheid, het scheelt enorm veel tijd en moeite."

Wie houdt de data bij?

Het bijhouden van data, die nodig zijn bij AI, is nog niet zo eenvoudig en een pittige klus. Zeker voor de mkb-ondernemer. "Je zult gegevens bij moeten gaan houden, verzamelen en er iets mee doen. En dan heb ik het nog niet over de volgende stap: algoritmen die kunnen bepalen wat je nodig hebt", zegt Quix. "Voorbeeld: je stelt je agenda open en er wordt uit opgepikt dat je naar Italië op vakantie gaat. Je agenda bestelt dan bij de drogisterij zonnebrand en een update voor je navigatie." Technisch is het allemaal al mogelijk.

"Maar wie gaat al die data verzamelen en bijhouden? Dat is nog wel een dilemma voor veel retailers. De grote spelers in de markt kunnen dit wellicht nog wel zelf, maar een kleine mkb-ondernemer heeft hier vaak een andere partij bij nodig."

Slimme tussenpartij

Een voorbeeld van zo'n derde partij is de startup Fit for You, zegt Quix. Zij staan tussen de kledingbranche en de klant in. Een slim algoritme rekent de kledingmaten van de verschillende internationale merken terug naar de werkelijke Nederlandse maat. "Zij vergroten hiermee de kans aanzienlijk dat je direct de juiste maat koopt. Het voordeel voor de retailer: veel minder retourzendingen (tot wel 30-40%) en dus veel minder kosten. Daarbij zal ook de klanttevredenheid stijgen en nemen zo de aankopen toe."

Voice

Waar Frank Quix veel van verwacht is de ontwikkeling van Voice. Quix: "Je bestelt met je stem, stelt vragen, dat soort zaken." Dit kan al via de mobiele telefoon of via een spraakcomputer in huis. Denk aan Alexa van Amazon, Siri van Apple of Google Assistent die nu ook in het Nederlands beschikbaar is. "Ik verwacht dat er in veel huishoudens een personal assistant komt te staan. Je geeft bijvoorbeeld, terwijl je aan het koken bent, je boodschappenlijst voor de volgende dag door. Geven alle gezinsleden hun bestellingen door, dan heb je een complete order."

Jongeren gebruiken Voice

Quix denkt dat Voice de toekomst heeft omdat een op de vijf Nederlanders heeft aangegeven zo'n personal assistant te willen. Maar een nog sterkere reden is dat ruim een derde van de jongeren momenteel al Voice gebruikt op hun mobiele telefoon om iets op te zoeken. Ze typen niet meer, maar spreken iets in.

Geen kassa meer

De kassaloze winkel is een ontwikkeling in een vergevorderd stadium. Quix denkt dat dit snel realiteit is. "Een branche waarin deze ontwikkeling nu snel gaat, is de supermarkt. Je zet je mandje of winkelwagen in een omgeving waar de producten gescand en herkend worden en naar een 'kassa' op je mobiele telefoon gaan." Met een betaalverzoek van de supermarkt via bijvoorbeeld Tikkie, betaal je de rekening. Je krijgt een elektronische kassabon op je mobiel en met deze verlaat je door een poortje de winkel. Spar gaat dit samen met Tikkie verder uitrollen in Nederland. Quix denkt niet dat deze ontwikkeling ten koste gaat van veel personeel. "Je gaat je mensen anders inzetten. Sluit je bijvoorbeeld een aantal kassa's, dan kunnen zij wellicht verse broodjes afbakken of als inpakker of bezorger aan de slag."



Beïnvloeding via sociale media

Een andere ontwikkeling die sterk de markt bepaalt en steeds meer zal bepalen zijn de influencers op sociale media. Meer dan de helft van de jongeren doet regelmatig een aankoop omdat ze 'het op sociale media hebben gezien'. Via Instagram of YouTube krijgen ze producten aangereikt. Quix: "Als ondernemer kun je twee dingen doen: je kunt boos worden op Instagram en een kop koffie erbij pakken en boos zitten te zijn. Je kunt ook bekijken welke kansen er liggen op dit mediakanaal en achterhalen wat jouw klanten hier zoeken of waardoor ze geraakt worden."

Bezorgen met een slim deurslot

Als laatste voorbeeld: ook op het gebied van bezorgen staat weer van alles te gebeuren. "AH heeft aangekondigd dat zij met een slim deurslot een proef gaan doen. De klant kan via een app op afstand de deur opendoen voor de bezorger van AH.nl. De deur wordt dan eenmalig geopend en de bezorger kan de boodschappen binnenzetten." Amazon heeft al een vergelijkbare mogelijkheid, Amazon Key. Deze is ook al gekoppeld aan diverse automerken. Volvo heeft aangekondigd dat zij ook een dergelijk service willen ontwikkelen. Via de Volvo-app zou je dan anderen toegang kunnen verlenen tot je auto. "Dit kan praktisch zijn als je bijvoorbeeld de achterbak eenmalig openstelt voor een pakketbezorger."

Drones

Van drones als bezorger verwacht Quix geen enorme boost. "Dit kan eigenlijk alleen in de wat meer afgelegen gebieden. In een drukbevolkte omgeving zoals de Randstad is het lastig, met ook nog een drukbezet luchtruim. In landen als China en de VS is het luchtruim anders ingedeeld en zijn ook de afstanden veel groter." Voor Nederland lijkt dit minder goed mogelijk en dus minder interessant.

Lokaal voordeel

Voor de lokale mkb-ondernemer is het van belang te bedenken hoe hij zich kan onderscheiden. "Daar liggen nou net kansen," geeft Quix aan. "Neem nou het slimme deurslot: waarschijnlijk laat je juist de lokale ondernemer eerder binnen dan een anonieme bezorger van AH.nl." Hij verduidelijkt: "Onderdeel zijn van de maatschappij en van je directe omgeving gaat in belang toenemen. Nut dat uit."

Frank Quix

Vijf actuele ontwikkelingen waar retailondernemers niet onderuit kunnen

Rol van de accountant

De kosten die gepaard gaan met nieuwe ontwikkelingen kunnen uiteraard juist voor de kleine mkb-ondernemer een lastige hobbel vormen. Maar daar gaat Quix niet in mee: "Als je een goed door-dacht plan hebt, krijg je het vaak wel gefinancierd. Je kunt het banken niet kwalijk nemen dat zij, met alle nieuwe eisen die ook zij hebben gekregen, kritisch kijken naar een financieringsverzoek." En hier ligt volgens hem dé advieskans voor het accountantskantoor: niet alleen door cijfermatige ondersteuning bij de financieringsaanvraag maar ook door kritische vragen te stellen aan de ondernemer betreft het ondernemingsplan. ■

SRA-Branche en Advieskring 2018

Accountantskantoren ontwikkelen zich steeds meer tot adviesgerichte organisaties. Tijdens deze interactieve bijeenkomst behandelt een deskundige de actuele ontwikkelingen, de risico's en de toekomstverwachtingen van een specifieke branche of adviesthema. De volgende bijeenkomsten staan nog gepland:

- Ontwikkelingen en innovatie Medische sector
Marleen Jansen, Sectorspecialist Gezondheidszorg & Innovatie Raboresearch Nederland
- Scenarioanalyse in het mkb
drs. Gert Romme MSc, bedrijfskundig adviseur

Meer informatie en inschrijving?

Kijk op www.sra.nl/kringen of neem contact op met SRA-Vaktechniek, kringen@sra.nl of 030 656 60 60.