

Dave Veerman en Marcel de Bruin (SAP) op Sessie

22-05-2019 23:48



De ontwikkeling van de digitale customer journey is de laatste jaren flink geëvolueerd. Vooral door het verrijken van big data met intelligentie zijn grote stappen gezet. “Neem Siri. Als je in 2015 aangaf dat je het niet meer zag zitten en van een brug wilde springen, kreeg je een overzicht van bruggen in de buurt. Tegenwoordig krijg je een overzicht van hulpinstanties.”

Meerwaarde van big data

Het voorbeeld van Dave Veerman en Marcel de Bruin van SAP zorgde voor een lach in de zaal, maar duidelijk werd dat door big data te verrijken de meerwaarde ervan veel groter wordt. Zo ontwikkelde SAP voor Betapress een tool waarmee heel gericht het assortiment magazines per winkel aangepast kan worden. “Golfers magazine doet het heel goed op Schiphol, maar trekt op de Dappermarkt weinig lezers. Door bijvoorbeeld bezoekersprofielen van winkels te koppelen aan bepaalde clusters met magazines kunnen we heel gericht een assortiment op maat samenstellen.”

Digitale Theo

Een grote toekomst ziet SAP voor een 'digitale Theo'. Gebaseerd op Theo uit de Praxis-commercial. Veerman: "Een online vraagbaak waarin alles geïntegreerd is. Van winkelmandanalyse tot levertijd en voorraadstand, klusvideo's, prijzen en instructies. Zo moet je iedere klant behulpzaam zijn."

Op de Nationale DHZ Sessie spraken ook [Albrecht Hornbach](#), [Tom Coronel](#), [Ed Sander van Chinatalk](#) en [Michiel Maandag van Emrays](#).

Marc Nelissen