

Retail Services Kennisupdate | week 40

Let data talk

Zonder EAN-codes op data sturen

Het zal ongeveer 25 jaar geleden zijn dat ik als kweker in een projectgroep deelnam met de VBN, een plantenexporteur, een bouwmarkt, een tuincentrum en het toenmalige EAN Nederland. Wij gingen er voor zorgen dat de barcode bruikbaar werd voor de tuinplanten in Nederland. Het doel: geen prijssticker meer, maar een barcode die bij de kassa wordt gescand!

Vanuit kwekersperspectief een geweldig idee. Nooit meer stickers plakken! Wij gingen de barcode op de pot of hoes drukken. De retailer kon de prijs in zijn centrale computer instellen. Het projectteam ging het probleem van stickers plakken en prijsjes wisselen door de consument in de winkel oplossen. Alles was gericht op efficiënte kassa-afhandeling en fraudebestrijding.



Het is anders gelopen. Niemand in het toenmalige projectteam dacht aan data-analyse. Niemand die daar mee bezig was. Geheugencapaciteit was duur en geen enkele retailer in Europa zat te wachten op 100.000 nieuwe barcodes in zijn datahuis van een categorie met een omzetaandeel van 0,5% van de weekomzet.

Vandaag de dag werken we met data. Data is essentieel in onze digitale wereld om snel tot inzicht te komen. Verkoopanalyses worden in de meeste sectoren gebaseerd op de scandata. Retailers stellen deze data tegen betaling beschikbaar aan hun partners. Helaas zijn veel van de barcodes in onze bloemen- en plantensector niet bruikbaar voor analyse. Dit komt omdat onze barcodes een product vertegenwoordigen in plaats van het product en de producent. Hierdoor ontstaat een systeemprobleem met als gevolg nog steeds die rolletjes prijsetiketten met retailerspecifieke barcodes in de sector.

Sturen vanuit data kan natuurlijk ook vanuit een ander perspectief. Bij veel bloemisten wordt er vanuit de boekhouding gestuurd. Producten in de winkel zijn niet geprijsd. Vaak zien we nog de handgeschreven prijsbordjes. De inkoop van afgelopen jaar is voor bloemisten een databron. De moderne bloemist heeft een slimme kassa waarin zij de producten per categoriegroep aanslaat. Dit levert stuurdata en inzicht.

De kwekerij en de handel heeft waardevolle data op het gebied van de afzet naar de klanten toe. Data die inzicht geeft over wanneer producten relevant zijn en wie wat kocht. Meer en meer ontstaan er databanken met scandata van retailers zelf. Waarbij zij een eigen databron hebben ontwikkeld met retailerspecifieke barcodes. Allemaal waardevolle data die bruikbaar is om verbeterlagen te doen.

Ondanks het feit dat het barcodesysteem in de sierteeltsector niet goed functioneert, kunnen we gezamenlijk veel voorspellen op basis van de andere databronnen die we in huis hebben. Alle ketenpartners creëren data. Helaas is de sierteeltsector tot heden nog een versnipperd datahuis. Dit komt de efficiëntie niet ten goede en kost de sector geld. Als we willen, kunnen we het de sector gemakkelijker maken door één barcodehuis te ontwikkelen. Dan worden we sneller, beter en wordt het makkelijker om het aankoopgedrag van de consumenten te volgen en te beïnvloeden. Dan wordt scandata standaard bruikbaar en hoeven we nooit meer 1 sticker te plakken.

Heb je vragen over data? Neem dan gerust contact met me op. Stuur een email naar danielpinkse@royalfloraholland.com of neem contact op met Daniël Pinkse via +31 (0)6 53 71 73 91. Ik denk graag met je mee!

Daniël Pinkse
Category Developer Retail Services
Royal FloraHolland