

SAMENVATTING

CEO panel: Informing shoppers: Challenges & requirements

Het CEO-panel ging dieper in op het dagthema ‘mobiele toepassingen’ onder leiding van VRT-journalist Bruno Huygebaert. Hij vroeg Luc Suykens (Procter & Gamble), Michel Eeckhout (Delhaize), Vincent de Clippele (Nestlé) en Bernard Deryckere (Alpro) naar hun visie over de evolutie van mobiele toepassingen.

Vooraf de snelheid waarmee fabrikanten en distributeurs moeten reageren op deze opportuniteiten, was een kernthema in de discussie. Alle CEO’s waren het er over eens dat er moet ingespeeld worden op de kansen die deze nieuwe technologieën bieden, maar niet overhaast. Eerst moet gestart worden met de meest attractieve doelgroepen bij wie de merkbeleving het hoogst is. Verder moet er gekeken worden naar welke gegevens reeds aanwezig zijn, om deze vervolgens zo te structureren dat ze optimaal kunnen ingezet worden voor mobiele toepassingen.

Vandaag zijn er al heel wat mobiele applicaties op de markt, maar helaas zijn er ook verschillende standaarden, die maken dat er geen interoperabiliteit mogelijk is. GS1 kan een rol spelen in het standaardiseren van deze informatie. Voor het structureren van de gegevens kan GDSN dan weer een waardevolle inbreng betekenen. Verder is ook de relevantie van de informatie belangrijk: mobiele toepassingen zijn voor het ene product nuttiger dan voor het andere. De mobiele telefoon is bijvoorbeeld voor Alpro de tool bij uitstek om de consument te attenderen op duurzaamheid en faire-trade-acties, die centraal staan in de bedrijfsfilosofie.

Op de vraag of België niet te traag evolueert in mobiele handel, werd aangestipt dat de gegevens eerst op B2B-niveau moeten gestructureerd worden. Pas daarna kan dit verder uitgewerkt worden op B2C-niveau. Maar de link tussen beide is uiteraard belangrijk. Bovendien gaat de evolutie erg snel en is het de vraag of standaarden tijdig in de markt kunnen worden gezet. Veel bedrijven zijn al dan niet bewust vandaag reeds met voorbereidingen bezig, doordat zij hun gegevens structureren via GDSN.

Als algemeen besluit stelden de CEO’s dat fabrikanten en distributeurs een proactieve houding moeten aannemen, te vertrekken van de merkbeleving bij de consument. Verder mogen ze niet overhaast te werk gaan, maar moeten ze voldoende aandacht schenken aan een correcte structurering van de gegevens, in samenwerking met GS1.