

Driften af PACKobserver.dk er indstillet pr. 30. november 2018. Artikler mv. er tilgængelige i den form, der var gældende ved redaktionens afslutning.



Nyhedsbrev

Artikellarkiv

Annoncering

Om PACKobserver

Kontakt os

Profile in English

PRIVATLIVSPOLITIK

PACKobserver.dk
DAGLIGE NYHEDER OM
EMBALLAGEBRANCHEN

Forsiden

Emballager

Maskiner

Mærkning

FOODobserver.dk

PACKobserver.dk
Tlf: +45 39 69 43 21
info@packobserver.dk

Udgives af GINI-com
Pilegårdsvej 48
DK-2860 Søborg

Du er her: Forsiden > Mærkning > RFID griber om sig - ikke mindst i detailhandelen



RFID griber om sig - ikke mindst i detailhandelen

Mange milliarder af RFID-tags vil i fremtiden understøtte en lang række interaktive funktioner og oplevelser i detailhandelen, hvor butikkerne vil bruge teknologien på nye måder. Det rapporterer det eneste danske medlem af den internationale industrial alliance RAIN RFID, Kar-Mil A/S.

22.02.18: – Forestil dig at spejlet i tøjbutikkens prøverum kan vise dig fra alle vinkler i det stykke tøj, du prøver, og at det også kan vise dig i de tre andre farver, som butikken har på lager, lyder det fra direktør for Kar-Mil A/S, Keith Bothmann, som gerne deler ud af de mange indtryk, han tog med sig hjem fra RAIN RFID's årskonference 2017, der blev afholdt i Seattle i USA.

– Det er altid nogle meget spændende og intense dage, hvor vi både deltager i arbejdet i forskellige workgroups og hører en lang række indlæg og præsentationer. Og det er alle anstrengelserne værd, for vi kan hver gang drage hjem med inspiration til nye anvendelsesområder eller begavede måder at implementere teknologien samt masser af opdateret viden om markedsudviklingen på globalt plan, siger han.

De seneste markedsanalyser, som RAIN og alliancens medlemmer har fået udarbejdet, viser blandt andet, at "tingenes internet", også kaldet Internet of Things (IoT), årligt vil forbinde over 25 mia. enheder inden 2020. Og at der samme år vil der være over 100 mia. RAIN RFID-tags i brug, som giver information tilbage til tingenes internet, og som gør det muligt for virksomheder og forbrugere at identificere, lokalisere, afgøre ægtheden af og interagere med hver enkelt vare.

Detailhandel på nye måder

Det er ikke mindst detailhandelen, som står på spring med spændende løsninger. De fleste har efterhånden fået øje på RFID-teknologien som en vej til mere præcise lageropgørelser. – Men innovative detailhandlere bruger teknologien på mere unikke måder, hvor kundeoplevelse og -loyalitet er i centrum, lyder det fra Keith Bothmann, der vender tilbage til det nævnte spejl i prøverummet:

– Den slags interaktive spejle med hukommelse sidder faktisk allerede i én af det store amerikanske modehus Neiman Marcus' butikker. Spejlene genkender automatisk produkterne via RFID-tags. Og ikke nok med at de kan præstere en 360-graders visning og ændre farve eller mønster på det prøvede; de kan også tilføje virtuelt tilbehør for at fuldende looket, ligesom de kan optage en kort video, som kunden kan sende til venner eller familie for at få inputs.

– Når det gælder den mindst populære del af indkøbsoplevelsen - at skulle stå i kassekø for at betale, så tilstræber flere og flere detailhandlere at undgå dette. Målestokken for succes vil være, at kunderne eller "gæsterne" oplever butikken som deres "eksterne skab", siger han, og oplyser at man faktisk allerede kan opleve det i en "Amazon Go" betabutik i Seattle.

– Her henter kunderne blot varer på hylderne og går igen. Betalingen bliver derefter automatisk opkrævet på kundernes Amazon-konto og de får tilsendt en digital kvittering. En kombination af kameraer, sensorer og RFID-tags gør dette muligt.

Foto: Colourbox

GS

