brother
at your side

Technologie in de retailsector

Wat betekent de digitale transformatie voor uw zaak?

Een deskundige visie
gebaseerd op uitgebreid onderzoek door Savanta

www.brother.be

Inhoud

Introductie: de razendsnelle verandering van het retaillandschap

Onderzoeksmethode

De evolutie van retail in drie thema's

1) Digitale transformatie binnen de retailsector
– Welke nieuwe technologieën bevorderen een efficiënte verandering?

2) Beveiliging en klantgegevens
– Hoe beschermt u uw meest waardevolle bezit?

3) Duurzaamheid en verwachtingen van de klant
– Wat is het geheim van duurzaam ondernemen?

Van supply chain tot winkelvloer
– Hoe kunnen print-, scan- en labelprocessen retailers ondersteunen?

"At your side"
– Hoe kan Brother bedrijven helpen bij de digitale transformatie?

Samenvatting en belangrijkste conclusies

Introductie: de razendsnelle verandering van het retaillandschap

We leven in een complexe en snel evoluerende wereld. Winkeliers lopen voorop en reageren op het veranderende gedrag en de verwachtingen van klanten. De detailhandelaar die alleen beschikt over een fysieke winkel en vertrouwt op de traditionele toeleveringsketen is nagenoeg verdwenen. Sinds de komst van online winkelen is de retailsector nooit meer hetzelfde geweest.

Deze vooruitgang werd dramatisch versneld door een wereldwijde pandemie die een revolutie binnen de detailhandel veroorzaakte.

De COVID-19 pandemie zal ooit omschreven gaan worden als de periode waarin e-commerce tot volle bloei kwam. Onlineverkopen volgde al vóór de pandemie een opwaartse lijn, maar vertoonde geen spectaculaire stijging. Tijdens de lockdown floreerde online retailers echter als nooit tevoren, terwijl traditionele 'bakstenen' winkels nog sneller moesten inspelen op de veranderingen die al gaande waren.

De trend blijft zich verder voortzetten en de behoefte aan online beschikbaarheid van producten en snelle levering is sterker dan ooit tevoren.

Al ruim vóór de pandemie maakten consumenten al geen onderscheid meer tussen winkelen in fysieke winkels of op het web. Ook voor het aanschaffen van één enkel product werd er zowel gekozen voor online als offline kanalen. Er kan dus geconcludeerd worden dat het omnichannel businessmodel regeert, maar op de achtergrond is het werkelijke geheim klanttevredenheid.

Zoals dit onderzoeksrapport zal bevestigen, is technologie de belangrijkste motor van verandering in de retailbranche, maar het is slechts een stukje van de puzzel.

Technologie blijft nieuwe deuren openen, maar creëert tegelijkertijd uitdagingen, vooral op het gebied van veiligheid. Winkeliers die klanten op welke manier dan ook blootstellen aan risico's, zullen uiteindelijk klanten verliezen. Omdat steeds meer klantinformatie online wordt opgeslagen, hebben retailers die geen vertrouwen wekken en hun beleid niet kunnen onderbouwen een duidelijke achterstand. Ze lopen het risico door klanten buitengesloten te worden en in sommige gevallen te worden berispt met een aanzienlijke boete, als er niet voldaan wordt aan de AVG wetgeving.

Ook duurzaamheid staat hoog op de agenda voor de ontwikkeling van retail. Consumenten eisen meer transparantie en willen weten waar hun goederen vandaan komen om hun eigen milieu-impact te verminderen. Als gevolg hiervan zijn milieuvriendelijke innovaties en bedrijven die MVO hoog in het vaandel hebben staan populair in de markt. Daarnaast is kostenefficiëntie een uitdaging voor retailers en dit vereist zowel vindingrijkheid als een steeds grotere efficiëntie.

Praktisch gezien blijven technologische middelen zoals printapparatuur een integraal onderdeel binnen de werkzaamheden van retailers. De detailhandel is een omgeving waar nog steeds veel gebruik wordt gemaakt van print. Zelfs met de toenemende digitalisering van de commerciële wereld, zal de behoefte aan printen, scannen en kopiëren toenemen naarmate retailers groeien en het klantenbestand groter wordt.

Nieuwe technologie, veiligheid, duurzaamheid en print dragen allemaal bij aan het succes van een onderneming. In dit rapport wordt uitgebreid onderzoek gecombineerd met de jarenlange expertise van Brother binnen de retailsector. Er wordt gekeken hoe KMO's in de branche hun workflow kunnen transformeren om zowel groei te realiseren, als de concurrentie voor te blijven in een wereld waarin een 'het nieuwe normaal' de standaard lijkt te worden.

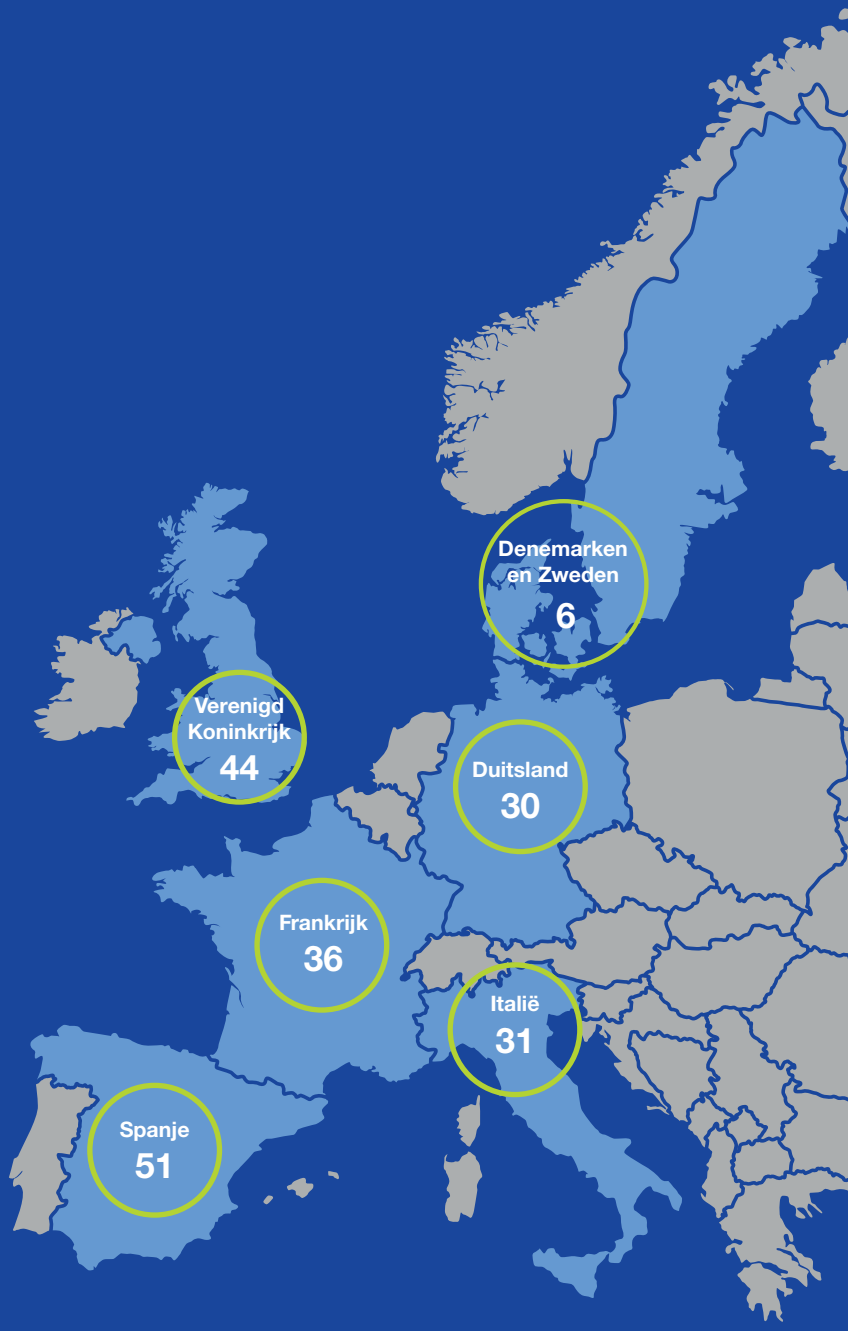
Onderzoeksmethode

Dit onderzoeksrapport is gebaseerd op 198 enquêtes uitgevoerd onder IT en zakelijke besluitvormers die werkzaam zijn in kleine en middelgrote detailhandels, met tussen de 10 en 499 werknemers in verschillende West-Europese landen. Het veldwerk is verricht in 2019 en begin 2020.

Om een compleet beeld te krijgen werden de interviews verdeeld tussen strategische zakelijke besluitvormers (92) en zakelijke IT-besluitvormers (106).

Het onderzoek werd uitgevoerd door het onafhankelijke marktonderzoeksbureau Savanta, die de grootste uitdagingen waarmee IT-besluitvormers tegenwoordig worden geconfronteerd in kaart brachten. Daarnaast biedt het een overzicht van nieuwe perspectieven van onafhankelijke opinieleiders op digitale transformatie, veiligheid en duurzaamheid.

Het Brother rapport 'Technologie binnen de retail' maakt deel uit van een bredere serie rapporten over digitale transformatie. Het is geschreven om retailers een duidelijk beeld te geven van huidige en toekomstige technologische ontwikkelingen binnen de branche.



Over Savanta:

Savanta is gevestigd in Londen en New York City en is gespecialiseerd in het verzamelen van gegevens, onderzoek en consultancy in Londen en New York City. Het bedrijf is ontstaan door een groot aantal gespecialiseerde bureaus samen te brengen, met als doel een compleet aanbod van onderzoeken te bieden, voor een breed scala aan sectoren en regio's.

Savanta gebruikt zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksmethoden om gegevens te verzamelen en genereert op basis daarvan duidelijke, praktische conclusies. Het doel is om cliënten te inspireren met nieuwe inzichten en hen te helpen om op feiten gebaseerde beslissingen te nemen.

De evolutie van retail in drie thema's

Digitale transformatie binnen de retailsector - Nieuwe technologieën bevorderen de efficiëntie

Winkeliers investeren in intelligente oplossingen om concurrerend te blijven en klanten een geweldige winkelervaring te bieden.

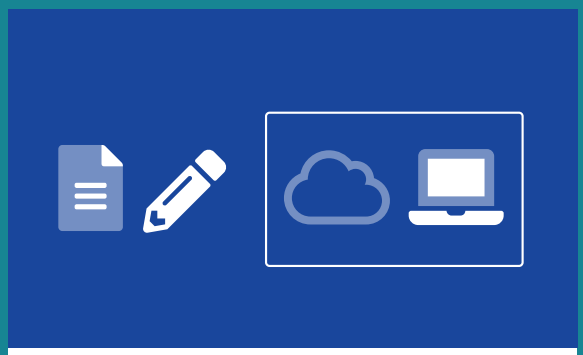
Retail is een snel veranderende branche. Met de opkomst van de 'want it now' generatie en de toenemende concurrentie, wordt er van retailers verwacht dat ze klanten een snelle en naadloze omnichannel benadering kunnen bieden. Als ze dit niet doen lopen ze het risico achterop te raken.

Investeringen in technologische oplossingen is na omzet- en productiviteitsgroei, het op twee na belangrijkste doel voor KMO's in de detailhandel. Nieuwe technologische middelen kunnen helpen bij het oplossen en automatiseren van lastige taken.

Als ze correct worden opgezet, maken deze technologische oplossingen menselijk kapitaal vrij om tijd te besteden aan meer winstgevende activiteiten. Ze dragen tevens bij aan een positieve klantervaring, door een snellere reactietijd op klantvragen mogelijk te maken.

De vijf belangrijkste zaken die retailers belemmeren om hun zakelijke doelstellingen te behalen:

1. Tijdverspilling door dubbel werk in verschillende systemen **69%**
2. Veel handmatige en langzame processen die geautomatiseerd kunnen worden **66%**
3. Zorg dragen voor een kosteneffectieve manier van werken binnen de organisatie **66%**
4. De middelen vinden om te investeren in de beste IT-beveiliging **65%**
5. Ervoor zorgen dat werknemers zo efficiënt mogelijk op afstand kunnen werken **63%**



62% van de retail bedrijven geeft aan dat werkprocessen steeds vaker digitaal worden uitgevoerd.

De doelstellingen zijn duidelijk, maar hoe kunnen deze behaald worden?

Om aan deze eisen te voldoen, moeten retailers nieuwe technologieën omarmen en processen in hun bedrijf 'digitaliseren'. zodat ze kunnen blijven concurreren op de huidige markt. Bijna twee derde (62%) van de retail bedrijven in West-Europa meldt dat hun zakelijke werkzaamheden steeds meer gedigitaliseerd worden. Aangezien de manier van werken van retailers blijft veranderen, zullen digitale workflows in de toekomst alleen maar belangrijker worden. Het opzetten van een stevige technologische basis is daarom van het grootste belang en mag nooit bijzaak worden.

Het is een lange weg en het echte potentieel van digitalisering is nog lang niet gerealiseerd. Momenteel meldt twee derde (66%) van de detailhandelaren dat ze veel handmatige en langzame werkzaamheden uitvoeren die geautomatiseerd kunnen worden. Zoals het invoeren van gegevens over goederen en het bijwerken van prijskaartjes en etiketten. Tegelijkertijd meldt meer dan de helft (57%) van de KMO's in de retailsector, veel tijd te stoppen in administratieve taken zoals het vastleggen, identificeren en archiveren van gegevens, die ook kunnen worden geautomatiseerd met intelligente bedrijfsoplossingen.

Zonder dergelijke oplossingen geeft de helft (51%) aan dat werkzaamheden vaak dubbel worden uitgevoerd, binnen meerdere systemen die onderling niet compatibel zijn. Het is duidelijk dat er ruimte is voor verbetering en het maken van een efficiëntieslag.

Belemmeringen die invloed hebben op de groei van de organisatie

Het inefficiënte gebruik van systemen en werktijd is voor beheerders en medewerkers een bron van frustraties en heeft direct invloed op de omzet- en productiviteitsgroei.

66%

Handmatig en langzame processen die geautomatiseerd kunnen worden

57%

Tijd die wordt gebruikt voor administratieve taken die geautomatiseerd kunnen worden

51%

Gegevens die verwerkt moeten worden in meerdere systemen

De belangrijkste technologieën waarin retailers willen investeren:

1. Automatische identificatie en archivering van gescande documenten
2. Karakterherkenning om van scans bewerkbare documenten te maken
3. Introduceren van op regels gebaseerde werkprocessen zoals ‘If This, Then That’ (IFTTT) die voortdurend worden verbeterd door machine learning en kunstmatige intelligentie
4. Geïntegreerde systemen van derden, zoals digitale assistenten en stemherkenning

1. Automatische identificatie en archivering van gescande documenten

Geautomatiseerde identificatie en archivering van gescande documenten zijn de belangrijkste gebieden waarin kleine en middelgrote retailers de komende drie jaar willen investeren. Geavanceerde scantechnologie maakt het mogelijk om fysieke documenten, zoals leveringsbonnen en goederen notities, te digitaliseren.

Bijna twee derde (65%) heeft of wil hierin de komende drie jaar investeren. Bedrijven in de detailhandel melden dat geautomatiseerde identificatie en archivering een groot aantal voordelen biedt die tezamen een aanzienlijke productiviteitsverhoging opleveren, waaronder:

- Besparen van talloze uren handmatig administratief werk
- Het aantal fouten verminderen
- Verlagen van de bedrijfskosten

Het wordt tevens gezien als een verbetering van de beveiliging en ondersteunt de duurzaamheidsdoelstelling om het aantal afdrukken en het gebruik van papier te verminderen.

2. Karakterherkenning om van scans bewerkbare documenten te maken

Karakterherkenningstechnologie (OCR) is de volgende stap om het voordeel van automatisch scannen verder te vergroten. Multifunctionele printers en scanners kunnen van documenten automatisch bewerkbare scans maken, waarmee werknemers vervolgens gemakkelijk aan de slag kunnen.

Naast de aanzienlijke tijdwinst, verminderen werknemers dubbel werk en worden er minder fouten gemaakt, waardoor ze zich kunnen concentreren op werkzaamheden met een grotere toegevoegde waarde. Dit zal uiteindelijk een positief effect hebben op de productiviteit.

Ongeveer de helft van de KMO's in de retailbranche (53%) heeft al geïnvesteerd of verwacht in de komende drie jaar in dit gebied te investeren, zodat een productiviteitsverhoging gerealiseerd kan worden.

3. Introductie van op regels gebaseerde scenario's
4. Geïntegreerde systemen van derden, zoals digitale assistenten

Kunstmatige intelligentie en machine learning zijn opkomende innovatiegebieden, die beide de automatische identificatie en archivering van gescande documenten rechtstreeks ondersteunen. Kunstmatige intelligentie (AI) kan op regels gebaseerde scenario's gebruiken om documenten automatisch te sorteren, waarbij via machine learning vervolgens een analyse wordt uitgevoerd en verbeteringen kunnen worden doorgevoerd.

Door op regels gebaseerde scenario's te introduceren, zoals IFTTT technologie (If This Then That), die apps en apparaten met elkaar verbindt, wordt een belangrijke stap voorwaarts gezet naar het intelligent automatiseren van handmatige bedrijfsprocessen.

Machine learning kan worden geïntegreerd met technologieën van derden, zoals digitale assistenten, om workflows naadloos te ondersteunen en op elkaar af te stemmen. Kunstmatige intelligentie zoals digitale assistenten bieden medewerkers de mogelijkheid om geautomatiseerde workflows uit te rollen, die vervolgens eentonig en tijdrovend administratief werk kunnen uitvoeren. Het kan tevens zorgen voor meer inzicht waaruit nuttige suggesties ontstaan om bestaande processen te optimaliseren.

Het gebruik van digitale assistenten geeft werknemers de tijd om zich bezig te houden met belangrijker en productiever werk, zoals aandacht voor klanten.

De voordelen van nieuwe technologie

Naarmate de komende drie jaar meer KMO's binnen de detailhandel in geavanceerde technologieën gaan investeren, zullen degenen die dat niet doen verder achterop raken.

De technologische vooruitgang heeft ervoor gezorgd dat handmatig scannen, bewerken en archiveren van documenten verleden tijd is geworden. Tegenwoordig is een druk op de knop voldoende om vervolgens de multifunctionele printer of scanner de rest van het werk automatisch uit te laten voeren.

"We digitaliseren steeds meer zaken, ook vanuit administratief oogpunt. Een voorbeeld is belasting. Mensen worden steeds meer gedwongen om digitale bestanden te gebruiken in hun dagelijks leven, omdat gegevens gemakkelijker te beheren en te archiveren zijn; er kan zelfs automatisch worden gearchiveerd. De informatie bevindt zich in een database, niet meer op papier. Een persoon die handmatig archiveert is niet altijd even nauwkeurig, zodat het document soms niet meer teruggevonden kan worden."

"In mijn directe omgeving stelt digitalisering mij in staat om meer informatie over een klant te verzamelen. Als we het bijvoorbeeld hebben over kassabonnen in de winkels, dan kun je die gebruiken om aanbiedingen te promoten die voor klanten relevant zijn. Als facturen per mail worden gestuurd kan ik hetzelfde doen en zo een betere relatie met de klant onderhouden. Dus we digitaliseren zoveel mogelijk."

Eigenaar van een kinderkledingwinkel, Frankrijk

Beveiliging en klantgegevens - het beschermen van de meest waardevolle informatie

Gegevensbeveiliging is voor retailers in het AVG tijdperk enorm belangrijk. Het gaat om het beschermen van de meest waardevolle, maar potentieel ook de meest gevoelige informatie: klantgegevens.

Retailers hebben een grote verantwoordelijkheid bij het verstandig omgaan met gegevens van klanten en hebben de plicht deze goed te beveiligen. De recente AVG wetgeving is een direct gevolg van de grenzeloze groei van data, de opslag en het gebruik ervan.

Winkeliers die klantengegevens in gevaar brengen of misbruiken, lopen een groot risico om klanten te verliezen.

Elke potentiële nieuwe technologische oplossing moet daarom volledig veilig zijn en voldoen aan de meest accurate beveiligingsnormen.

Met de komst van nieuwe wetgeving in de vorm van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG), komt dit probleem op de voorgrond en worden de straffen voor het niet ondernemen van stappen om datasystemen te beveiligen steeds strenger. Dit kan zowel financieel, als vanuit klantenperspecief grote gevolgen met zich meebrengen. Als klanten de indruk krijgen dat retailers niet verantwoord omgaan met hun privacy, zullen ze niet snel bij hen terugkeren.

Winkeliers verwerken een grote hoeveelheid vertrouwelijke klantgegevens, zoals huisadressen voor leveringen, contact- en betalingsgegevens. Dit vereist een zeer zorgvuldige afhandeling, zodat er geen inbreuk of verlies kan plaatsvinden waardoor klanten in gevaar komen en het consumentenvertrouwen wordt geschaad.

Wat zijn de belangrijkste doelen voor een betere beveiliging van informatie?

In de komende jaren is het voor bedrijven belangrijk om strenge beveiligingsprocessen uit te rollen. Voor bedrijven die hier al mee gestart zijn, is het zaak om strenge controles uit te voeren, zodat de een optimale beveiliging van data gewaarborgd blijft.

Er zijn drie hoofddoelstellingen als het gaat om informatiebeveiliging, die samenkomen in de afkorting CIA. Deze hebben betrekking op zowel apparaat- als gegevensbeveiliging:

1. Confidential - Beschermen van vertrouwelijke bedrijfsgegevens zodat deze alleen worden gedeeld met de beoogde ontvanger. De sleutel hiervoor zijn authenticatie- en autorisatiemaatregelen, die vereisen dat gebruikers hun identiteit verifiëren, voordat documenten op de printer worden vrijgegeven.

2. Integrity - Zekerheid dat de juiste firmware geïnstalleerd is, zodat apparaten veilig en beschermd zijn tegen cybercriminaliteit en andere externe bedreigingen.

3. Availability - Zorgen dat het apparaat actief en toegankelijk is voor geautoriseerde gebruikers om cruciale werkzaamheden uit te voeren.

Om deze doelen te bereiken zijn investeringen en kennis vereist

Een van de belangrijkste belemmeringen voor kleine en middelgrote winkeliers is het vinden van de middelen die nodig zijn om te investeren in de beste IT beveiliging. Hoewel technologie de oplossing is, vereist succesvolle implementatie ook gespecialiseerde kennis en expertise.

Het beheren van de beveiliging van het IT domein is een uitdaging die op grote schaal moet worden aangepakt. Printers, scanners en kopieerapparaten moeten net zo veilig zijn als andere IT apparatuur. Als deze apparaten over het hoofd worden gezien, riskeren bedrijven dat hackers een gemakkelijke achterdeur wordt geboden tot de gegevens van de organisatie.[1]

Gegevensbeveiliging is de meest genoemde eigenschap die als 'kritiek' wordt beschouwd bij het selecteren van een printer. Driekwart (71%) van de retail bedrijven zeggen dat het van cruciaal belang is dat hun printers, scanners en kopieerapparaten veilig zijn. Dit is niet verrassend gezien de hoeveelheid vertrouwelijke klantgegevens die retailers verwerken.

Toch is er een groep van bijna een derde (29%) die het belang van een accurate apparaat beveiliging niet inzien. Tegelijkertijd vindt iets meer dan de helft van de ondervraagde (51%) dat hun organisatie onvoldoende heeft geïnvesteerd in de beveiliging van de printapparatuur.

Als gevolg hiervan vindt slechts iets meer dan een kwart (28%) het eenvoudig om te voldoen aan de wet- en regelgeving met betrekking tot gegevensbeveiliging rond hun printerconfiguratie.

Welke rol speelt printen binnen de beveiliging?

71%

van de ondervraagde retailers vinden het van cruciaal belang dat printers, scanners en kopieerapparaten goed beveiligd zijn

49%

van de ondervraagde retailers vinden dat de organisatie voldoende heeft geïnvesteerd in beveiliging voor de printerapparatuur

28%

van de ondervraagde retailers vinden het eenvoudig om wet- en regelgeving met betrekking tot gegevensbeveiliging rond de printerconfiguratie na te leven

[1] Quocirca Global Print Security Landscape Report februari 2019

De mazen in de printbeveiliging dichten

Als bedrijven de noodzaak inzien om te investeren in printerbeveiliging, waarom doen ze dat op dit moment dan niet?

Ons onderzoek bracht twee duidelijke redenen naar voren:

1. Onvoldoende verantwoordelijkheid voor het beveiligen van de printers

Al te vaak is er onder retailer een gebrek aan duidelijkheid over wie er verantwoordelijk is voor de printbeveiliging. Dit brengt een risico met zich mee dat uiteindelijk tot kostbare problemen kan leiden. Helaas is dit is een issue dat ook op andere gebieden lijkt te spelen binnen de detailhandel.

Meer dan de helft van de KMO's in de retailsector in West-Europa (54%) geeft aan dat het onduidelijk is wie verantwoordelijk is voor de beveiliging van printers binnen hun organisatie. Dit percentage is hoger dan bij de totale groep van KMO bedrijven (48%).

Wat betekent dit voor bedrijven?

Waar de verantwoordingsplicht tekortschiet, zal naar alle waarschijnlijkheid ook de besluitvorming en implementatie van printerbeveiliging niet op orde zijn. Dit heeft tot gevolg dat bedrijven kwetsbaar zijn en grote risico's lopen.

2. Gebrek aan kennis en begrip over mogelijke bedreigingen en geldende normen

Het is niet alleen een kwestie van verantwoording afleggen. Er ontbreekt ook vaak het nodige inzicht in apparaat beveiliging en kennis omtrent wetgeving.

De belangrijkste reden dat retailers worstelen met dataconformiteit, is onduidelijkheid over de vereisten. Slechts iets meer dan de helft (57%) van de detailhandelaren zegt een goed begrip te hebben van relevante beveiligingsnormen.

Wat betekent dit voor bedrijven?

Als beslissers binnen de IT afdeling niet over voldoende kennis van mogelijke bedreigingen beschikken, zullen bedrijven blijven worstelen om de juiste beveiligingsmaatregelen te nemen. Dit vormt groot een risico voor zowel bedrijfsgevoelige informatie, als privacygevoelige klantgegevens.

Wat kunnen bedrijven doen om het gebrek aan verantwoordelijkheid en kennis aan te pakken?

Vaak is vakjargon de boosdoener. Meer dan de helft (57%) van de KMO's zegt dat er teveel vaktermen worden gebruikt rond printerbeveiliging. Printerleveranciers moeten meer doen om de relevante beveiligingsnormen en nalevingsvoorschriften door te vertalen en moeten zorg dragen dat retailers de juiste beveiligingsoplossing kiezen. Het is essentieel dat de beveiligingstechnologie gebruiksvriendelijk ingezet kan worden, zodat gebruikers geen hinder ondervinden en efficiënt kunnen blijven werken. Wij raden u aan om gebruik te maken van de expertise en ervaring van onze business partners.

Interne bedreiging

Als de apparaat beveiliging volgens de juiste richtlijnen is opgezet, is de volgende stap het beveiligen van gegevens.

Momenteel zegt de helft van de winkeliers (51%) dat ze weinig of geen inzicht hebben over wie documenten print of ophaalt bij de printer. **Het is daarom geen verrassing dat bijna negen van de tien bedrijven (84%) aangeven dat ze ooit te maken hebben gehad met een printgerelateerd beveiligingsincident.** Meestal gaat het om vertrouwelijke documenten die onbeheerd achtergelaten worden op de printer, afdrukken die niet worden opgehaald of werknemers die vertrouwelijke documenten meenemen die niet zijn verzameld.

Waar moeten bedrijven op letten?

- Onbevoegden die toegang hebben tot printen
- Gebruikers die vergeten uit te loggen na het afdrukken van vertrouwelijke documenten
- Traceerbaarheid van personen die toegang hebben tot het printen van documenten

Retailers beginnen maatregelen te nemen om afdrukgerelateerde beveiligingsproblemen aan te pakken, door de toegang tot bepaalde printers te beperken of door ID-kaarten / pincodes in te voeren om printopdrachten voor de juiste mensen vrij te geven.

De meerderheid van de ondervraagde retailers (79%) ziet het kunnen bijhouden en traceren van toegangsmogelijkheden als een belangrijk criterium, wanneer ze op dit moment een nieuwe printer zouden moeten kiezen. Dit suggereert dat deze cijfers zullen stijgen naarmate winkeliers hun printers daadwerkelijk moeten vervangen. Het is voor bedrijven raadzaam om vooraf te overleggen met hun printerleverancier, over welke beheerfuncties en mogelijkheden beschikbaar zijn.

"Wanneer we een document gaan digitaliseren, weten we zeker dat dit correct gebeurt. Het wordt direct opgeslagen in de cloudopslag en kan beschikbaar gemaakt worden voor betrokken personen."

"Met papieren documenten weet je niet altijd precies waar ze zijn. Misschien ben je ze kwijtgeraakt, heb je ze ergens neergelegd of zijn ze verkeerd gearchiveerd. Als documenten worden gedigitaliseerd, is de workflow veel duidelijker en sneller."

"Bovendien zorgen we ervoor dat alles met een wachtwoord is beveiligd en dat niemand toegang heeft die dat niet zou moeten hebben. Dat is heel belangrijk.
We hebben diverse beveiligingsniveaus geïmplementeerd met daarachter een betrouwbaar autorisatieproces."

Eigenaar van levensmiddelen winkel, Frankrijk

Hoe kan Brother retailbedrijven helpen om de beveiliging te verbeteren?

De aanpak van Brother:

We weten dat winkeliers verantwoordelijk en zorgvuldig omgaan met bedrijfsgevoelige klantgegevens. Retailers zouden echter wel geadviseerd en ondersteund moeten worden bij het kiezen van print- en scannerapparatuur die beschikken over een hoog beveiligingsniveau. Professionele apparaten stellen gebruikers in staat om de toegang tot vertrouwelijke informatie te beperken en te beheren.

De belangrijkste doelstellingen voor informatiebeveiliging worden samengevat in de term CIA, dat staat voor vertrouwelijkheid (confidentiality), integriteit (integrity) en beschikbaarheid (availability).

Alle Brother firmware is digitaal ondertekend, wat betekent dat de integriteit van elke firmware-upgrade is gegarandeerd. Bovendien heeft Brother Automatic Intrusion Detection geïmplementeerd, waardoor een apparaat automatisch opnieuw wordt opgestart als het een bedreiging detecteert en de veiligheid van het apparaat kan worden gewaarborgd.

Brother apparaten kunnen ook afzonderlijke communicatieprotocollen voor diverse niveaus in- of uitschakelen, waardoor de netwerkbeheerder gemakkelijk voor verschillende lagen de configuratie kan aanpassen.

Het uitgangspunt om de mogelijkheden van een potentiële cyberaanval tot het absolute minimum te beperken, terwijl gebruikers toch fundamentele taken kunnen uitvoeren, is cruciaal.

Brother implementeert via de firmware ook nieuwe, verbeterde versies van bestaande protocollen, zoals het SMB-protocol (Server Message Block), dat vaak wordt misbruikt om ransomware aanvallen te verspreiden.

Er wordt algemeen erkend dat de meest recente versie SMBv3 een stuk veiliger is dan eerdere versies. Deze verbeterde versie wordt vanaf vorig jaar (2019) automatisch ingeschakeld op Brother apparaten.

Brother is zich ervan bewust dat beveiliging van de printomgeving de hoogste prioriteit heeft voor bedrijven in de retailsector. Vanuit deze basis gaan we door met het optimaliseren van onze bestaande beveiligingscapaciteiten. Daarnaast blijven we voortdurend onderzoek doen naar verbeteringen aan producten en diensten, om de risico's van cyberaanvallen en datalekken uit te sluiten.

Duurzaamheid en consumenten onderzoek

De kracht van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Er zijn drie hoofdzaken die retailers aangeven als noodzakelijk met betrekking tot ethisch gedrag:

1. Acties om klimaatverandering tegen te gaan

2. Het verminderen van afvalstoffen

3. Gelijke behandeling en kansen voor werknemers en eerlijke beloning

Vergroenen is voor bedrijven niet alleen een morele verplichting. Duurzaamheidsdoelen kunnen ook helpen om meer klanten te binden en de bedrijfsactiviteiten efficiënter te maken.

In een samenleving die steeds meer veranderd op het gebied van sociale rechtvaardigheid, is ethiek voor bedrijven een centraal thema geworden. Klanten verwachten dat de maatschappelijke veranderingen ook worden doorgevoerd door bedrijven en in winkels.

Uit de twee genoemde punten blijkt dat hedendaagse retailers duurzaamheid belangrijk vinden. De meerderheid van de winkeliers binnen de KMO's is van mening dat ze de plicht hebben in hun gedrag rekening te houden met duurzaamheid (68%) en dat toekomstig succes afhangt van het monitoren van de duurzaamheid van bedrijfsactiviteiten (64%). Dit bevestigt dat bedrijven Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO) hoog op de commerciële agenda hebben staan. Als onderdeel van deze trend houdt driekwart van de retailers (73%) momenteel actief de duurzaamheidsprestaties van de organisatie in de gaten en proberen deze te verbeteren. Digitalisering speelt daarbij een grote rol.

"We zijn een bedrijf met een missie om CO2-neutraal te werken en we doen dit samen met transportbedrijven die ons helpen om dit doel te bereiken. We werken aan het verminderen van plastic, gebruiken alleen recyclebaar papier en onze fabrieken gebruiken processen en materialen die zo milieuvriendelijk mogelijk zijn."

"Digitaal heeft impact, omdat de locatie waar onze servers staan veel C02 uitstoten. We werken nu samen met verschillende bedrijven die onze website gaan optimaliseren, om zo onze impact te verkleinen."

"We zullen de benodigde servercapaciteit kunnen terugbrengen zodat we minder vervuilend zijn. Dit zal tevens de snelheid van onze website verbeteren, zodat de digitale prestaties ook beter worden. Daarnaast verminderen we het papierverbruik door bijvoorbeeld geen catalogi meer te versturen."

Eigenaar van kinderkledingwinkel, Frankrijk

Duurzaamheid verbeteren via digitalisatieprocessen

Veel retailers hebben al geïnvesteerd in digitalisering zodat ze het drukwerk kunnen verminderen. Twee op de vijf retailers (43%) waarmee we spraken, gebruiken al scanprocessen om fysieke documenten, zoals ontvangstbonnen voor goederen te digitaliseren voor eenvoudig beheer en archivering.

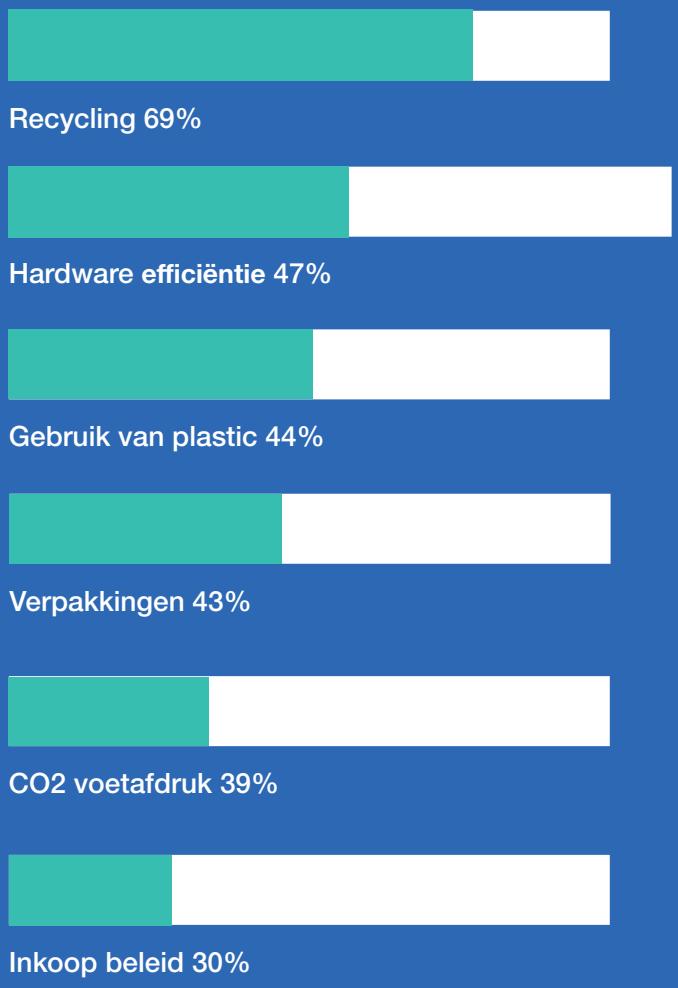
Bijna de helft (47%) van de detailhandelaren geeft aan digitale aankoopbewijzen en facturen te gaan gebruiken. Dit heeft als voordeel dat printen, en dus potentiële verspilling, voor retailers wordt verminderd. Duurzaamheid is echter maar een van de voordelen.

Winkeliers kunnen dit ook gebruiken om hun klantanalyses te verbeteren. Door online browsergegevens te koppelen aan aankopen in de winkel, wordt zichtbaar op welke manier klanten kopen. Het is ook mogelijk om na verkoop te communiceren met klanten en hen nuttige informatie te geven over retouren of hoe het artikel te gebruiken. En het kan helpen om het merk bij de klant onder de aandacht te houden, zodat de herkenning verbetert.

Zelfs met de nodige digitalisering zijn de meeste winkels nog steeds sterk afhankelijk van print. Er is een breed scala aan essentiële materialen die afgedrukt moeten worden, zoals schap- en verzendlabels, pakbonnen, ontvangstbewijzen en marketingmaterialen.

Driekwart heeft een duurzaamheidsbeleid (76%) dat vooral gericht is op recycling en efficiëntie van apparaten. Maar er zijn ook andere gebieden waar een duurzaamheidsslag gemaakt kan worden, zoals verpakkingen, inkoop, CO2 uitstoot en het gebruik van kunststoffen.

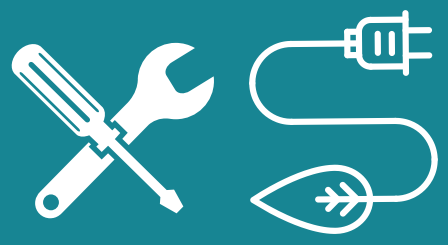
Gebieden die het duurzaamheidsbeleid van retailers op dit moment beslaan:



Printers worden door vrijwel alle ondervraagde retailers gebruikt en is daarom een van de belangrijkste technische apparaten waar bedrijven naar zouden moeten kijken, zowel op het gebied van efficiëntie, als naar de mate van overeenstemming met het recyclingbeleid.

Retail businesses moeten de operationele efficiëntie en emissies gedurende de gehele levenscyclus van de apparaten op een rijtje zetten, evenals de recycleerbaarheid van de gebruikte inkt- en tonercartridges.

Repareren in plaats van vervangen



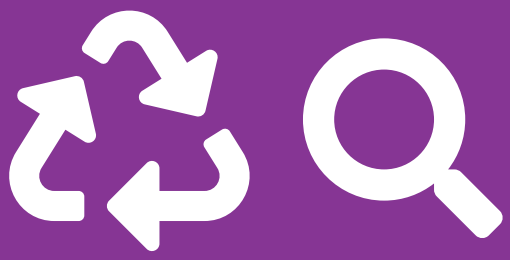
De duurzaamheid van de printer kan worden verbeterd door een langere levensduur te garanderen, waardoor er minder nieuwe printers vervaardigd hoeven te worden.

Een van de belangrijkste manieren om de levensduur te verlengen en afval te verminderen, is door modulaire reparaties uit te voeren om defecten op te lossen, in plaats van meteen het hele apparaat te vervangen die nog prima gebruikt en onderhouden kan worden. 76% van de retailers geeft aan dat het kunnen repareren of vervangen van individuele componenten van een printer als deze defect zijn, een belangrijk criterium is bij de keuze voor hun printer.

Hoe helpt dit winkeliers?

Dit heeft niet alleen voordelen voor het milieu, zoals het verminderen van de productie en besparing van grondstoffen en materialen. Maar dit heeft als extra voordeel dat ook de directe kosten voor een bedrijf worden verlaagd.

Wanneer gebruikers een langere levensduur van apparaten verwachten, zal dit effect hebben op de printerindustrie. Printerfabrikanten zullen meer op de lange termijn kijken naar hun winst en op korte termijn investeren om ervoor zorgen dat er printers geproduceerd worden om tot wel 10 jaar mee te gaan.



Waar moeten retailers op letten?

Zodra de printers het einde van hun levensduur bereiken, zouden ze gerecycled moeten worden. Driekwart (75%) van de detailhandelaren is het eens met de stelling dat printers aan het einde van de levensduur moeten worden refurbished of gerecycled, zodat dit in overeenstemming is met de doelstellingen binnen hun duurzaamheidsbeleid.

Een belangrijke uitdaging is ondersteuning van printerfabrikanten, die klanten kunnen helpen om gebruikte apparaten aan het einde van de levensduur te recyclen en een eenvoudig en toegankelijke service voor het recyclen van printercartridges kunnen bieden. Bedrijven moeten de samenwerking aangaan met printerleveranciers die het belang erkennen van een efficiënt en duurzaam printerbeleid, zowel voor commercieel als maatschappelijk oogpunt.

Van supply chain tot winkelvloer

Hoe kunnen print-, scan- en labeloplossingen retailers ondersteunen?

Naast een solide basis met mogelijkheden voor het implementeren van toekomstige technologie, een accurate beveiliging en aandacht voor duurzaamheid, analyseren retailers steeds vaker bestaande systemen in de backoffice en bekijken de mogelijkheden om de efficiëntie en de productiviteit te maximaliseren.

Labelen – de essentiële schakel tussen voorraadbeheer en winkel

Het centraal printen van labels zorgt voor consistente prijslabels en stelt het hoofdkantoor in staat om producten efficiënt te monitoren en beheren. Dit kan een zware last wegnemen van individuele winkels, en voorkomt dat er onnodig meerdere dubbele systemen moeten worden opgezet.

Het ondersteunt ook de voorraadbeheer, vooral wanneer het is gekoppeld aan andere systemen die realtime voorraadinformatie kunnen verstrekken.

"We hebben vanaf het begin gewerkt met centrale systemen voor het afdrukken van labels en etiketten. We hebben een consultant geraadpleegd om uit te werken hoe we onze winkels het beste konden opzetten. We zijn een relatief klein bedrijf met zes vestigingen in heel Duitsland, en we hadden vooraf al het idee dat het lastig, tijdrovend en duur zou zijn om labels op elke afzonderlijke locatie individueel te printen."

"Het was best ingewikkeld om op te zetten, maar het heeft ons geholpen om de toeleveringsketen te optimaliseren. Medewerkers kunnen de labels niet handmatig wijzigen en het proces is zeer veilig en eenvoudig".

Eigenaar van een bakkerij, Duitsland

Print- en scantechnologie voor het bieden van een geweldige klantervaring

Intelligente printeroplossingen verhogen de productiviteit en geven werknemers meer tijd om zich volledig op klanten te kunnen concentreren.

Drie op de vijf KMO bedrijven in de retailsector (59%) hebben al geïnvesteerd of willen gaan investeren in oplossingen voor printen of scannen op afstand. Dit soort oplossingen kunnen 'mobiele kassa's' ondersteunen, een trend die is ingezet door Apple, waarbij het personeel overal in de winkel betalingen kan aannemen en bonnen printen via een tablet, smartphone of handscanner. Dit bevordert een positieve klantervaring, omdat klanten die willen afrekenen niet meer in de rij voor de kassa hoeven te wachten om een product aan te kopen.

Bij diverse bedrijven in de levensmiddelensector is 'scan-as-you-shop' technologie al gemeengoed, zodat klanten boodschappen zelf kunnen scannen en betalen. Dit voorkomt, net als bij mobiele kassa's, wachtrijen en is zeer welkom in een tijd waarin social distancing van kracht is. Deze oplossingen verminderen de tijd die wordt besteed aan het scannen van alle items bij de kassa. Daarnaast scheelt het retailers tijd van werknemers, die besteed kan worden aan andere activiteiten. Zoals het vullen van schappen in de winkel of het helpen van klanten met vragen.

Printen en scannen op afstand kan ook helpen om labels snel en gemakkelijk aan te passen. Zoals het toevoegen of wijzigen van allergenen informatie, houdbaarheidsdata, prijzen of het aanduiden van aanbiedingen met labels en materialen die de verkoop stimuleren.

"We hebben diverse kassa's, maar we testen nu in een paar winkels het gebruik van een iPad die verbinding heeft met een terminal, zodat klanten niet meer in de rij hoeven te staan. Ze kunnen een medewerker in de winkel aanspreken en het product ter plekke bij die medewerker afrekenen. We wijken hiermee af van het traditionele proces: kies je product en ga naar de kassa."

"In onze winkels kan het in het weekend erg druk zijn. Deze oplossing zorgt ervoor dat klanten gemakkelijk en zonder gedoe producten kunnen kopen. Op het systeem is een kleine mobiele printer aangesloten, die de aankoopbon direct afdrukt. We willen klanten voor de bon niet alsnog naar de kassa sturen, omdat we anders ons doel voorbij schieten."

Medewerker speelgoedwinkel, Verenigd Koninkrijk

Hoe elektronica de integratie met klanten kan verbeteren

Sommige retailers gaan nog een stap verder door te investeren in volledig elektronische bonnen en labels. We verwachten een sterke stijging van het aantal elektronische aankoopbonnen. 91% van de kleine en middelgrote retailers heeft al geïnvesteerd of overweegt om hierin te investeren in de komende drie jaar.

Elektronische aankoopbonnen kunnen het duurzaamheidsbeleid ondersteunen, maar bieden tevens de mogelijkheid om klanten na verkoop op de hoogte te houden met nuttige informatie. Daarnaast worden eventuele onhygiënische uitwisselingen vermeden en dat is prettig in een tijd waarin pandemiepreventie voorop staat.

Elektronische concepten maken het verzamelen van klantgegevens veel gemakkelijker, waardoor winkeliers beter inzicht krijgen in hetgeen mensen kopen en gerichte marketing informatie kunnen aanbieden op basis van eerdere aankopen.

De trend naar elektronisch labelen zal zich ook doorzetten op de winkelvloer. Deze labels kunnen eenvoudig en centraal worden bijgewerkt, zodat er in realtime gereageerd kan worden op schommelingen in de vraag en prijzen in de markt. Er kunnen op afstand ‘slimme’ of scanbare eigenschappen zoals QR-codes worden toegevoegd aan het label, om klanten tijdens het winkelen te voorzien van belangrijke informatie.

Nu de overgrote meerderheid van de consumenten winkelt met hun mobiele telefoon bij de hand, kunnen winkeliers hierop inspelen door hun doelgroep op maat te bedienen met intelligente oplossingen.

Eigenaar van een winkel voor levensmiddelen, huishoudelijke producten en vrije tijd, Frankrijk

“We hebben ongeveer een jaar geleden slimme labels ingevoerd voor onze producten. We hebben geen papieren schapkaarten meer in de winkel, alles is elektronisch. Het geeft ons heel veel informatie en we vinden het erg nuttig, zowel voor mijn medewerkers als voor de klanten. En we hebben er enorm veel tijd mee gewonnen!”

“Op dit moment beheert het alleen nog maar de voorraad in de winkel en niet in het magazijn, maar het betekent wel dat we precies weten welke voorraad we hebben en welke eraan komt. Het toont tevens de prijs, het aantal producten dat op de plank ligt en de datum van de laatste levering. Als het een click-and-collect item betreft, dan is er ook locatie informatie beschikbaar, zodat we niet hoeven te zoeken en het product snel aan de klant kunnen leveren. De toekomst van het smart label is dat de klant bestelt op zijn telefoon, naar de schappen gaat en de telefoon aangeeft waar het product zich bevindt.”

“De investering was niet gering. Het kostte ongeveer € 220.000 om overal slimme labels te implementeren. Momenteel gebruiken we nog maar 5% van hetgeen deze labels kunnen bieden. Het zal ons ongeveer 3 jaar kosten om volledig gebruik te maken van alle mogelijkheden. Ik hoop dat we binnen 2 a 3 jaar minstens 80% gebruiken. Dat betekent dat we dan beschikken over zaken als volledig automatisch bestellen en dat alle benodigde informatie - zoals voorraadgegevens - direct voorhanden zijn en dat we daarop direct kunnen reageren.”

“Maar in dit soort technologieën moet je eerst investeren. De dingen gaan zo snel, en je moet meegaan. Je moet het personeel continu bijscholen, zodat de nieuwe technologie ook wordt gebruikt. Je kunt de beste technologie ter wereld implementeren, maar als je het maximale eruit wilt halen moeten de mensen die het gebruiken het accepteren en het voordeel zien.“

Het meten van efficiëntie is de sleutel om groei te stimuleren

Zodra bedrijven in nieuwe technologieën hebben geïnvesteerd, moet de efficiëntie van de printer en de workflows in kaart gebracht gaan worden. Analytische kijken naar bestaande processen is zeer nuttig om te signaleren in welke gebieden het niet optimaal werkt. Zo kunnen inefficiënte processen worden geoptimaliseerd. Door gegevens op de meest eenvoudige en efficiënte manier te verwerken, kunnen organisaties tijd besparen en de productiviteit van werknemers significant verhogen.

> "We willen kosten verlagen door tools te gebruiken waarmee we de informatiestroom kunnen vereenvoudigen en stroomlijnen."
> **Winkelier in voedingsmiddelen en huishoudelijke artikelen, Frankrijk**

Het uitvoeren van analyses kan inzicht geven in de informatiestroom en deze verbeteren. Retailers kunnen processen voor blijven door alle gegevens binnen handbereik te hebben. Ze weten in dat geval precies wanneer de volgende levering moet plaatsvinden of waar de voorraden dalen en aangevuld moeten worden.

Analyse gecombineerd met een naadloze informatie workflow, bieden retailers de mogelijkheid om klantgegevens te koppelen en meer inzicht te krijgen in de behoeften van klanten. Als detailhandelaren klanten tijdens het traject volgen en beter begrijpen, kunnen ze voorspellen welke producten voor hen het meest interessant zijn. Hierdoor is een passende klantbenadering mogelijk, zowel in de winkel als online, en kunnen retailers ervoor zorgen dat ze over de juiste voorraad beschikken om aan de vraag te voldoen.

Minimale inspanning, maximale output

De printer, of deze nu wordt gebruikt voor printen, kopiëren of scannen, is een integraal onderdeel van een succesvolle zakelijke workflow en kan grote hoeveelheden administratieve rompslomp wegnemen. Investeren in de juiste technologieën is daarom van cruciaal belang, zodat de juiste apparaten en services worden geïnstalleerd om aan specifieke workflow eisen te voldoen.

Het is cruciaal dat de oplossing eenvoudig kan worden geïntegreerd met bestaande systemen en over de meest up-to-date technologie beschikt. Dit zijn buiten de kosten de twee belangrijkste factoren voor retailers binnen de KMO's bij het kiezen van printapparatuur.

De belangrijkste factoren bij het kiezen van een printer

1. Eenvoudige integratie
2. De nieuwste technologie
3. Gegevensbeveiliging
4. Cloudopslag mogelijkheden
5. Monitoren van printergebruik

Naarmate de technologie vordert, worden digitale systemen complexer en vaak vereisen deze systemen specifieke, gespecialiseerde expertise om het maximale uit een dergelijke oplossing te halen. De vaardigheden om meerdere systemen te beheren kan voor bedrijven een grote uitdaging zijn, waardoor de aandacht wordt afgeleid van de kerntaken.

Advies en ondersteuning van printleveranciers

Producenten en resellers van printers beschikken over de nodige kennis om een uitgebreide beoordeling van de printvereisten uit te voeren. Op basis daarvan kunnen ze de meest geschikte apparaten en beste services aanbevelen die tegemoet komen aan de eisen en behoeften van de organisatie.

Ze kunnen er ook voor zorgen dat complexe printsystemen goed worden onderhouden. Naarmate de capaciteit groter wordt, neemt ook de complexiteit van de service en onderhoud toe.

De printers up-to-date houden

Naast de beschikking over de juiste oplossing, wordt het up-to-date houden van apparaten een steeds grotere uitdaging, vooral nu nieuwe technologieën sneller dan ooit op de markt komen.

Terwijl bedrijven van oudsher vooraf investeerde in de apparatuur en zelf het onderhoud in beheer namen, kijken nu steeds meer bedrijven naar een oplossing op basis van het OpEx-model (Operational Expenditure). Hierbij wordt de apparaten geleased, waardoor de verantwoordelijkheid van het periodieke onderhoud bij de leverancier ligt.

In plaats van een printer die niet meer volledig voldoet aan gestelde eisen, kunnen KMO's die leasen beschikken over een apparaat dat automatisch geüpgraded wordt, zodat ze altijd de beste oplossing voorhanden hebben.

Uit onze gegevens blijkt dat meer dan de helft (54%) van de KMO detailhandelaars nu ten minste een deel van hun technologische hardware leaset.

Retailers zien drie duidelijke voordelen voor het leasen van apparatuur: grotere financiële efficiëntie, tijdwinst door gestroomlijnde workflows en altijd beschikken over een optimale oplossing met de meest veilige en up-to-date technologie.

Tien voordelen van het leasen van technologie hardware

Financiële voordelen

1. Alleen betalen voor hetgeen er wordt gebruikt
2. Kosten besparen
3. Mogelijkheden om betalingen te spreiden

Tijd besparen en minder rompslomp

4. Tijd besparen door het uitbesteden van periodiek onderhoud
5. Minder gedoe door externe service en onderhoud
6. Experts die snel kunnen worden ingeroepen bij problemen
7. Volledige focus op de core business door het uitbesteden van specialistische taken

De optimale oplossing

8. Toegang tot expertise en advies over de meest geschikte oplossing
9. Automatische upgrade wanneer nieuwe modellen worden geïntroduceerd
10. Accurate beveiliging van hardware en data

"Voor de kantoren naast het magazijn, hebben we printers geleaset. Hier printen we al het POS en promotiemateriaal. Het materiaal moet van hoge kwaliteit zijn om het te kunnen gebruiken voor onze winkels, maar dat betekent dat de apparaten zelf complex zijn en dat er meer mis kan gaan."

"Daarom hebben we besloten om die printers te leasen. We hebben vaak ondersteuning nodig, want we printen veel point-of-sale en promotiemateriaal voor in de winkel, zoals grote posters en dergelijke."

"We hebben lease aangevuld met een managed print service en dit maakt het allemaal een stuk eenvoudiger."

Manager van een speelgoedwinkel, Verenigd Koninkrijk

'At your side' – Hoe kan Brother bedrijven helpen bij de digitale transformatie?

Hoewel driekwart van de KMO bedrijven in de retailsector (76%) een vast contract heeft met hun printerleveranciers, hebben de meeste alleen een basisservice voor apparatuur, onderhoud en/of automatische aanvulling van inkt, toner of andere verbruiksartikelen.

Een printerleverancier kan de behoeften van uw organisatie in kaart brengen en de hardware voor u leasen en beheren. Op deze manier kunt u er niet alleen voor zorgen dat de beste printoplossing in huis is, maar bent u tevens verzekerd dat er geen tijd van werknemers en interne middelen verloren gaan aan onderhoud.

Een essentieel onderdeel van het behalen van efficiëntiedoelstellingen is een naadloze integratie van technologie en processen - iets waar de meerderheid van de ondervraagde winkeliers het over eens is.

36%

maakt gebruik van een assessment uitgevoerd door een printerleverancier om de behoeften in kaart te brengen

83%

geeft aan dat het belangrijk is dat de printer gemakkelijk integreert met bestaande oplossingen

Slechts een derde (36%) maakt vooraf gebruik van een persoonlijk assessment, zodat de juiste technologie aangeboden en vervolgens naadloos geïntegreerd kan worden. Brother is van mening dat een goede beoordeling in de vorm van een uitgebreid assessment, een sleutelfactor is die niet over het hoofd gezien mag worden.

Het inschakelen van een gerenommeerde leverancier voor de juiste intelligente workflow oplossingen, geeft u en uw collega's de vrijheid om zich volledig te concentreren op de belangrijkste werkzaamheden.

De aanpak van Brother

Brother kan uw organisatie voorzien van een geïntegreerde printoplossingen die naadloos past in de bestaande workflow. Gestroomlijnde oplossingen zorgen ervoor dat de tijd die de organisatie kwijt is aan administratieve taken wordt verminderd. Uiteindelijk zullen werknemers hun werkdag productiever kunnen invullen en een voldaan gevoel overhouden.

Brother biedt oplossingen voor diverse aspecten binnen de detailhandel, zoals labeling en etikettering op producten en schappen, hoogwaardige marketing en point-of-sale materialen, gecentraliseerd afdrukken van labels en etiketten of het afdrukken van grote volumes voor de backoffice.

Om ervoor te zorgen dat retailers uiteindelijk kunnen beschikken over de juiste apparaten en services, hanteert Brother een methode die bestaat uit drie fasen. Elke fase is ontworpen om ervoor te zorgen dat de service is afgestemd op de eisen en behoeften van de organisatie en dat deze hier in de toekomst ook aan kan blijven voldoen.

Assessment - beoordelingsfase: Stel de perfecte printoplossing samen

De beoordelingsfase is gericht op het begrijpen van uw zakelijke behoeften en het printgedrag van de gebruikers. Het doel is om een duurzame, geoptimaliseerde maatoplossing samen te stellen, zodat de juiste printers op de juiste plek komen te staan binnen uw organisatie. We voeren een assessment uit, waarbij we het printergebruik en de huidige infrastructuur van het printerpark beoordelen.

Deze audit zal elementen onderzoeken zoals Total Cost of Ownership (TCO), beveiligingseisen en printbeleid, gebruikersproductiviteit en printergebruik, MVO-beleid en duurzaamheidsdoelstellingen. Uiteindelijk zullen we de uitkomsten gebruiken om een oplossing te ontwikkelen die voldoet aan uw specifieke behoeften. Met als doel de efficiëntie te maximaliseren en verborgen kosten te minimaliseren.

Transition - overgangsfase: Alles op de juiste plek

We begrijpen dat veranderingen binnen de IT-structuur van het hele bedrijf een potentieel mijnenveld is voor problemen en risico's. We hebben een uitzonderlijke reeks van services ontwikkeld die in de overgangsfase ervoor zorgen dat de overstap naar Brother MPS soepel, efficiënt en vrij van dergelijke risico's verloopt.

Ons team verzorgt alles van levering en installatie tot configuratie en implementatie, het trainen van personeel en het leveren van alle benodigde materialen. Ook voeren we uw oude apparaten veilig af, volgens de huidige wet- en regelgeving. We kunnen tevens MPS servicedesk processen integreren met uw eigen servicedesk. Dit resulteert in een zeer goed beheerd project en een vlotte operationele overgang naar Brother MPS voor iedereen binnen uw organisatie.

Optimalisation - optimalisatiefase: Zeker weten dat alles perfect werkt

Bij optimalisatie gaat het erom dat alles zo goed mogelijk functioneert. Wij maken periodiek een review van de oplossing binnen uw bedrijf. Op basis daarvan beoordeeld ons team van specialisten de dagelijkse operationele processen. Door de beschikbaarheid, capaciteit en het gebruik van apparaten voortdurend te monitoren, kunnen we vaststellen of MPS voor u optimaal werkt, ook als uw bedrijfssituatie plotseling veranderd. Dit maakt allemaal deel uit van de manier waarop wij consequent uw behoeften monitoren en vinger aan de pols houden. Hierdoor bent u verzekerd dat Brother Managed Print Service aan het einde van het contract nog net zo effectief voor u werkt, als aan het begin van de overeenkomst.

Samenvatting en belangrijkste conclusies

De revolutie in retailland was al in gang gezet, toen de pandemie kwam en het proces versnelde.

Toch was de wereldwijde noodsituatie voor veel retailers de aanleiding om hun technologie te upgraden, zodat ze volledig online en vanuit huis konden werken. Om dit effectief op te zetten moet de digitale transformatie, veiligheid en duurzaamheid worden meegenomen.

Voor winkeliers is het nu het moment om te investeren in technologieën, zodat er gestroomlijnde werkprocessen opgezet kunnen worden die de administratieve lasten minimaliseren. Hierdoor kunnen retailers de productiviteit van werknemers verhogen en hun potentieel vrijmaken en volledig benutten. Dit is om te kunnen voldoen aan de eisen van de 'want it now' generatie en een inspirerende klantervaring neer te zetten.

De belangrijkste technologieën waarin vooruitstrevende retailers willen investeren:

Automatische identificatie en archivering van gescande documenten

KMO's in de detailhandel melden dat automatische identificatie en archivering van gescande documenten een groot aantal voordelen biedt. Samen leveren ze een aanzienlijke productiviteitsstijging op, waaronder tijdwinst op handmatig administratief werk, vermindering van fouten en verlaging van bedrijfskosten.

Karakterherkenning (OCR) in gescande documenten voor het maken van bewerkbare digitale bestanden

Met Optical Character Recognition (OCR) is het mogelijk om automatisch doorzoekbare bestanden te creëren, die direct kunnen worden gearchiveerd. Doorzoekbare bestanden zullen de functionaliteit en efficiëntie aanzienlijke verbeteren en tijdwinst opleveren.

Geïntegreerde systemen van derden, zoals digitale assistenten

Door op regels gebaseerde scenario's te gebruiken, zoals IFTTT-technologie (If This Then That) die systemen, apps en apparaten met elkaar kan verbinden, wordt er een stap voorwaarts gezet naar het intelligent automatiseren van handmatige bedrijfsprocessen.

Het gebruik van digitale assistenten geeft werknemers extra tijd om zich te concentreren op belangrijke taken, zoals aandacht voor klanten. Nieuwe technologie kan retailers enorm helpen, maar beveiliging van de data en gegevens waarmee deze systemen werken is in het AVG tijdperk van cruciaal belang. Het gaat immers om zeer waardevolle en privacygevoelige data, namelijk klantgegevens.

Er zijn drie hoofddoelstellingen voor de beveiliging van gegevens, die samengevat kunnen worden in de afkorting CIA.

Deze hebben betrekking op zowel apparaat- als databeveiliging:

1. Confidential – Beschermen van vertrouwelijke bedrijfsgegevens zodat deze alleen worden gedeeld met de beoogde ontvanger. De sleutel hiervoor zijn authenticatie- en autorisatiemaatregelen, die vereisen dat gebruikers hun identiteit verifiëren, voordat documenten op de printer worden vrijgegeven.
2. Integrity – Zekerheid dat de juiste firmware geïnstalleerd is, zodat apparaten veilig en beschermd zijn tegen cybercriminaliteit en andere externe bedreigingen.
3. Availability – Zorgen dat het apparaat actief en toegankelijk is voor geautoriseerde gebruikers om cruciale werkzaamheden uit te voeren.

Het belang van het duurzaamheidsbeleid mag niet over het hoofd worden gezien

Er zijn drie hoofdcomponenten waarvan retailers denken dat consumenten deze belangrijk vinden, als het gaat om het ethisch gedrag van bedrijven:

1. Inzet voor klimaatverandering
2. Afvalstoffen verminderen
3. Gelijke behandeling en eerlijke beloning en kansen voor het personeel

Eindconclusie

Retailers leggen momenteel een stevige basis voor toekomstige technologische ontwikkelingen, betrouwbare gegevensbeveiliging en een evenwichtig duurzaamheidsbeleid. Daarnaast analyseren veel detaillisten de huidige backoffice systemen en workflows, om de efficiëntie en productiviteit te maximaliseren.

Vaak worden printers en scanners gezien als een integraal basisonderdeel van het kantoor. Investeren in de juiste print- en scanoplossing kan bedrijven grote voordelen opleveren, zoals kostenbesparing, het verhogen van de efficiëntie en het maximaliseren van de productiviteit. Maar het kan ook voordelen opleveren op andere gebieden, zoals duurzaamheid en gegevensbeveiliging.

KMO's binnen de retailbranche kunnen het beste samenwerken met een printerleverancier die zich actief inzet om hen te beschermen tegen printergerelateerde beveiligingsrisico's. Een van de grootste gevaren voor winkeliers is het verliezen van bedrijfsdata en privacygevoelige klantgegevens. Door belangrijke data op een solide en duurzame manier te beschermen, kunnen retailers en hun werknemers zich zonder zorgen volledig concentreren op hun eigen werkzaamheden.

Als u een retailer bent zijn diverse manieren waarop u zich kunt aanpassen aan de grote veranderingen die gaande zijn binnen de retailsector. Ongeacht de weg die u kiest, kunt u rekenen op ondersteuning van Brother bij het kiezen en uitrollen van intelligente oplossingen en staan wij altijd 'At your side'.

brother
at your side

Uw verdeler:

Brother International Belgium nv/sa

‘t Hofveld 8
1702 Groot-Bijgaarden

+32 (0)2 467 42 11
info@brother.be

www.brother.be

Specificaties kunnen zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd. Brother is een geregistreerd handelsmerk van Brother Industries Ltd. De merk- en productnamen zijn geregistreerde handelsmerken of handelsmerken van hun respectievelijke eigenaars.

Verantwoordelijk uitgever: Brother International Belgium nv/sa