



CASE STUDY

## **Londis DCU creëert geavanceerd kenniscentrum voor detailhandelstechnologie**

Londis DCU heeft tal van Panasonic-technologieën opgenomen in de nieuwe showcase voor detailhandelstechnologie van Dublin City University.

## Challenge

Een efficiënte, boeiende winkelervaring creëren voor de 'winkel van de toekomst' van Londis DCU.

## Solution

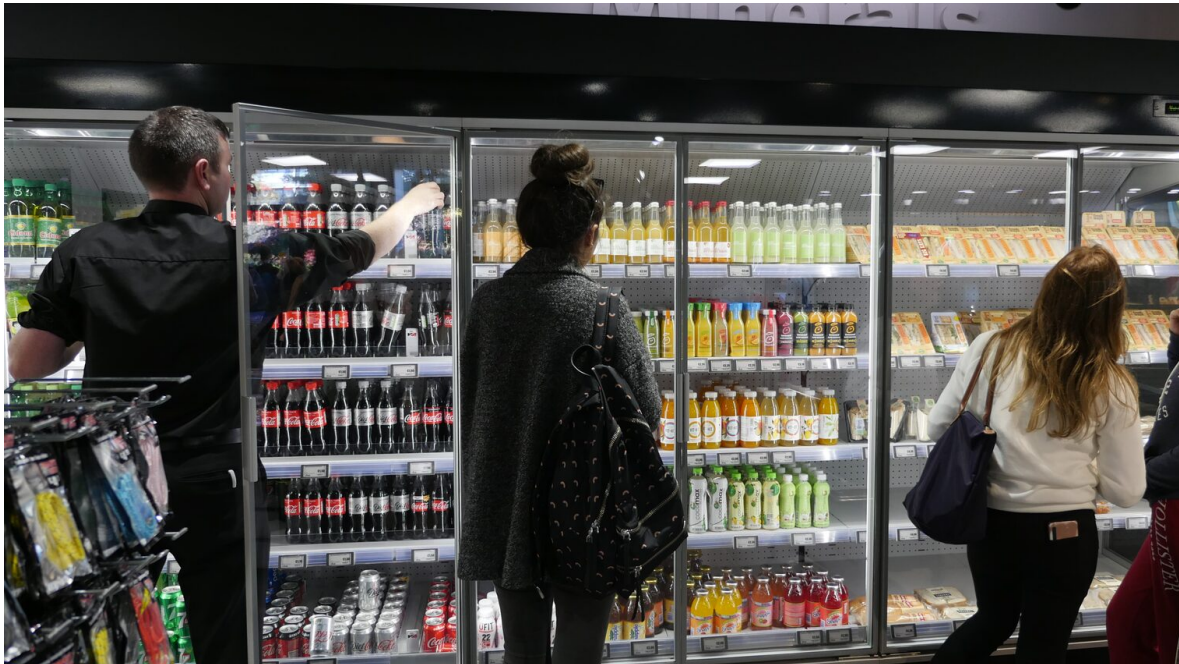
De introductie van hybride lichtprojectie, elektronische reketikettering en automatische traceertechnologie voor de voorraad.

*""De SpacePlayer geeft me de flexibiliteit om overal in de winkel beelden weer te geven. Dit heeft een extra inkomstenstroom voor ons opgeleverd, zodat we leveranciers kunnen benaderen om advertenties en promoties in de winkel of op de buitenmuren te kopen.""*

---

### Donald Christian

Retail Manager  
DCU



Londis heeft de meest technologisch geavanceerde en duurzame supermarkt van Ierland gelanceerd in het hart van de campus van de Dublin City University (DCU). De conceptwinkel was meer dan een jaar in ontwikkeling, via een formele samenwerking tussen DCU en het moederbedrijf van Londis, BWG Foods. De winkel beschikt over een zeer geavanceerd centraal intelligentieplatform dat voortdurend de activiteiten in de winkel controleert om de operationele efficiëntie te verhogen, de klantervaring te verbeteren en uiteindelijk de algehele winstgevendheid van de winkel te vergroten.

“Het idee is om een duurzame winkel te bieden die gebruikmaakt van de nieuwste, meest geavanceerde technologie om de detailhandel te verbeteren,” aldus Donald Christian, Retail Manager, DCU. “Dit zorgt er niet alleen voor dat de studenten ter plaatse een grote supermarkt bij de hand hebben, maar het is tevens een uitstalraam voor de Ierse detailhandel. We willen dat Ierse detailhandelaren dit komen bekijken, onze concepten overnemen, kopiëren en verbeteren. Als dat betekent dat de Ierse detailhandel op de lange termijn gezonder en winstgevender is, dan hebben we ons werk gedaan.”

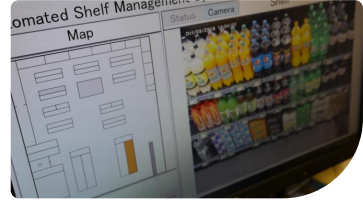
**“De SpacePlayer™ werd geïntroduceerd om een beetje theater te bieden. Hij geeft me de flexibiliteit om overal in de winkel beelden weer te geven.”**

De winkel maakt gebruik van een aantal Panasonic detailhandelstechnologieën. Drie SpacePlayer™ hybride verlichtingsprojectoren van Panasonic zorgen voor digitale bewegwijzering en een geavanceerde oplossing voor beeldprojectie die video-inhoud op specifieke muren binnen de winkel weergeeft. Ze klikken vast op de standaard verlichtingsrails, waardoor ze ongelooflijk flexibel zijn.

“Donald Christian stelt, “De SpacePlayer™ werd geïntroduceerd om een beetje theater te bieden. Hij geeft me de flexibiliteit om overal in de winkel beelden weer te geven. Dit heeft een extra inkomstenstroom voor ons opgeleverd, zodat we leveranciers kunnen benaderen om advertenties en promoties in de winkel of op de buitenmuren te kopen.

De volgende stap is om de klanten zelf in het proces te betrekken, misschien door een app te maken, zodat DCU-studenten op afstand pizza's kunnen samenstellen, bestellen en betalen. Deze zouden kunnen worden gevisualiseerd met behulp van de SpacePlayer en™ app geeft de studenten vervolgens een tijd waarop ze hun pizza kunnen komen ophalen in de winkel.”

De verlichting in de winkel werd geïntegreerd door Domus Projects Ireland, een ontwerper van nicheverlichting uit Dublin. Directeur Jim Whelan stelt, “DCU daagde Domus uit om de allernieuwste verlichtingstechnologieën te leveren. In aanvulling op de SpacePlayer™ hebben we verlichting geleverd die van kleur verandert en die werkt met een app, zodat personeel de toon van de verlichting kan aanpassen aan wat ze willen verkopen. Helder wit werkt beter met groenten en fruit, terwijl bakkerijproducten iets meer ingetogen belichting vereisen.”



"Ik denk dat Ierland een hub is voor uitstekende detailhandel. De SpacePlayer is ontstaan in een tijd waarin een aantal grote winkelketens op zoek is naar iets anders. Het is een zeer opwindende kans, het potentieel is enorm.

Leveranciers zijn begonnen met het boeken van advertentieruimte in de winkel op de SpacePlayer™, waarbij de eerste deal bijna net zoveel waard was als de oorspronkelijke aankoopprijs en dus hebben we de kosten van de apparatuur met één deal vrijwel geheel terugverdiend," voegt Donald Christian eraan toe.

Londis heeft een intelligentieplatform geïnstalleerd in de winkel, een complexe en hoogwaardige oplossing voor het actief monitoren van reactiviteit. De Automated Shelf Monitoring-oplossing (ASM), ontwikkeld door Panasonic en SES-imagotag, combineert CCTV, slimme geolokaliseerde digitale prijskaartjes en videoanalyses om lege rekken in realtime en geautomatiseerd te kunnen ontdekken.

**We hebben RGB-verlichting geplaatst zodat de sfeer 's nachts totaal anders is en meer in overeenstemming met de sociale functies in het gebouw. "**

Naast het in realtime waarschuwen van medewerkers dat bepaalde producten moeten worden aangevuld, kan het systeem linken naar voorraadsystemen en automatisch extra voorraad bestellen als dat nodig is.

Het intelligentieplatform bevat het gebruik van elektronische sels (digitale prijskaartjes) die centraal worden beheerd en waarmee producten op afstand en in realtime kunnen worden geprijsd. Naast het faciliteren van dynamische prijzen, kunnen productprijzen gedurende de dag worden aangepast om verspilling van vers voedsel te minimaliseren en de winstgevendheid te vergroten. De digitale kaartjes zijn ook compatibel met smartphones, zodat gebruikers via hun telefoons productinformatie kunnen koppelen en consumentenvoorkeuren kunnen registreren.

"Het is een fantastische tijdsbesparing," zei Donald Christian. "Om u een idee te geven: het veranderen van 1000 prijskaartjes dat normaliter 15 manuren zou kosten, wordt nu gedaan in slechts 15 minuten.

"Voor het ASM-systeem is de tijdswinst een groot voordeel. Het vereist gedragsverandering voor onze medewerkers, waardoor ze proactiever kunnen zijn bij het aanvullen van schappen in plaats van andere dingen op te lossen. Zodra we een waarschuwing ontvangen van het systeem kunnen we de rekken opnieuw bevoorraden, zodat we niet in een situatie terechtkomen waarin we bestellingen van klanten uit de voorraadkamer moeten halen, aangezien dit een verspilling van tijd is."



“Al onze technologieën zijn erop gericht om onze medewerkers meer tijd op de werkvloer te geven en zo een betere klantervaring te bieden. Als we volledige beschikbaarheid hebben als we in staat zijn om een geweldige service te geven, dan zullen klanten terugkomen, – die twee gaan hand in hand.”

In een reactie op de nieuwe winkel zei Conor Hayes, verkoopdirecteur bij Londis: “bij Londis onderzoeken we voortdurend de mogelijkheden om de winkelervaring voor onze klanten te verbeteren en door dit zeer experimentele proces geloven we dat we een nieuw winkelontwerp hebben ontwikkeld dat onze detailhandelaren in staat stelt zichzelf in hoge mate te onderscheiden op de markt en te voldoen aan de voortdurend veranderende behoeften en verwachtingen van de veelzijdige klantenbasis van supermarkten.”

**“Het is een fantastische tijdbesparing: een aanpassing van 1000 prijskaartjes duurde eerste 15 uur, nu duurt het slechts 15 minuten.”**

Naast de nieuwe campuswinkel hebben Londis, het moederbedrijf BWG Foods en DCU Innovation samengewerkt om nieuwe opkomende technologieën te onderzoeken en te testen die kunnen worden geïntegreerd in de winkelervaring van de toekomst. Door deze samenwerking worden nieuwe ideeën getest en geïntroduceerd via de uitgebreide bevoorradingsketen en het uitgebreide winkelnetwerk van BWG.

Donald Christian, Retail Manager bij DCU voegt hieraan toe: “Alhoewel ik zeg dat ik de detailhandel in Ierland wil verbeteren door de beste normen en de beste technologieën te presenteren, heeft het geen zin om dat te doen tenzij we onze omzet verhogen. Het moet een invloed hebben op onze winst. Ik heb er vertrouwen in dat dat zal lukken met wat we hier installeren.”

