



Matthijs van der Lely

Hightech in de boekhandel

Boekhandelsketen Selexyz werd door de jury van de Visa Retail Jaarprijs vooral geprezen om het gebruik van innovatieve technologie. Nergens ter wereld is er een winkel zo proactief bezig met ict-toepassingen op de verkoopvloer als deze 'frontrunner in de mondiale boekenbranche'. 'Feitelijk hadden we een enorme achterstand, dus konden we van nul af aan beginnen.'

[DOOR HUGO SCHRAMEYER
FOTOGRAFIE CHRIS VAN HOUTS]

Niet viswinkelketen Visgilde, en ook niet de gemakformule Primera, maar de toch wat chique boekhandelsketen Selexyz kreeg eind oktober de Visa Retail Jaarprijs voor de beste winkelketen. Terecht? De prijs is in ieder geval een motivatie om op de ingeslagen weg verder te gaan, reageert directeur *Matthijs van der Lely* van Boekhandels Groep Nederland, de houdermaatschappij achter de retailformule Selexyz.

In het juryrapport werd nadrukkelijk stilgestaan bij de ict-voorsprong van Selexyz. Met name het gebruik van Radio Frequency Identification (RFID) kon de goedkeuring wegdragen. Helemaal onverwacht was die motivatie niet, aangezien deze inspanningen vorig jaar al werden onderscheiden met de Torex Retail ICT Jaarprijs en de RFID Visionary Award. Selexyz heeft de RFID-techniek tot nu toe toegepast in twee winkels, namelijk de vestigingen in Maastricht en Arnhem. In januari volgend jaar moet de vestiging in Nijmegen volgen, in de maanden daarna komen er nog eens drie vestigingen bij en in 2009 moet de hele keten van zestien boekhandelvevestigingen met deze techniek zijn uitgerust. Het is nog onbe-



Hightech in de boekhandel

Boekhandelsketen Selexyz werd door de jury van de Visa Retail Jaarprijs vooral geprezen om het gebruik van innovatieve technologie. Nergens ter wereld is er een winkel zo proactief bezig met ict-toepassingen op de verkoopvloer als deze 'frontrunner in de mondiale boekenbranche'. 'Feitelijk hadden we een enorme achterstand, dus konden we van nul af aan beginnen.'

[DOOR HUGO SCHRAMEYER
FOTOGRAFIE CHRIS VAN HOUTS]

Niet viswinkelketen Visgilde, en ook niet de gemakformule Primera, maar de toch wat chique boekhandelsketen Selexyz kreeg eind oktober de Visa Retail Jaarprijs voor de beste winkelketen. Terecht? De prijs is in ieder geval een motivatie om op de ingeslagen weg verder te gaan, reageert directeur *Matthijs van der Lely* van Boekhandels Groep Nederland, de houdermaatschappij achter de retailformule Selexyz.

In het juryrapport werd nadrukkelijk stilgestaan bij de ict-voorsprong van Selexyz. Met name het gebruik van Radio Frequency Identification (RFID) kon de goedkeuring wegdragen. Helemaal onverwacht was die motivatie niet, aangezien deze inspanningen vorig jaar al werden onderscheiden met de Torex Retail ICT Jaarprijs en de RFID Visionary Award. Selexyz heeft de RFID-techniek tot nu toe toegepast in twee winkels, namelijk de vestigingen in Maastricht en Arnhem. In januari volgend jaar moet de vestiging in Nijmegen volgen, in de maanden daarna komen er nog eens drie vestigingen bij en in 2009 moet de hele keten van zestien boekhandelvevestigingen met deze techniek zijn uitgerust. Het is nog onbe-

kend wanneer de 23 subvestigingen bij universiteiten en hogescholen volgen.

'In feite hebben we deze voorsprong vooral te danken aan de enorme ict-achterstand die we circa zeven jaar geleden hadden', vertelt directeur Van der Lely. 'In 2001 deden we het erg slecht. We stonden behoorlijk rood op de bank en kenden een structuur waarbij elke regio werd aangestuurd door een regionale directie.' Van automatisering was nog amper sprake. In het overgangsjaar 2002-2003 onderging de groep een herstructurering, waarbij niet alleen de regionale opbouw verdween, maar ook een begin werd gemaakt met de uitrol van de automatisering. 'En als je ermee begint, kun je het beter ook meteen goed doen', stelt Van der Lely, die de Selexyz-focus op ict mede verklaart vanuit zijn eigen belangstelling en die van zijn ict-manager Jan Vink. 'Ik kom natuurlijk wel eens collega-directeuren van andere organisaties tegen en verbaas me inderdaad af en toe over het gebrek aan interesse voor automatisering. Niet alleen internet, maar ook andere ict-technieken krijgen onherroepelijk een sterke invloed op ontwikkelingen in de detailhandel.'

Geldt dat misschien voor de boekensector in het bijzonder? Misschien wel, denkt Van der Lely. Selexyz Donner in Rotterdam bijvoorbeeld heeft ruim 100 duizend producten in huis, terwijl het aanbod komt van pakweg 24 duizend leveranciers (hoewel dat assortiment compleet wordt uitgeleverd door het Centraal Boekenhuis). 'Zelfs de pastoor die een titel uitbrengt in een ultrakleine oplage is in feite een potentiële aanbieder. Daarmee bestaat er ontegenzeggelijk een noodzaak om de automatisering in onze branche op orde te hebben.'

MENSELIJKE CREATIVITEIT

De RFID-toepassingen in Almere en Maastricht kennen nu een operationele status die uniek is in de wereld. En hoewel de techniek zich bijzonder goed leent om er tal van nieuwe marketingtoepassingen en cross-overs met de eigen website op los te laten, heeft ze vooral nog vooral een logistiek karakter. Elk boek in Almere en Maastricht heeft een RFID-tag, waardoor de medewerkers niet alleen weten in welke kast een titel staat, maar ook wat de exacte locatie op de schapplank is. Van der Lely: 'Het is zeker niet ongebruikelijk dat mensen een boek uit de kast pakken, het onder de arm meenemen, om het later - veelal onbedoeld - op een verkeerde plek terug te zetten. Door de RFID-techniek is het nu geen enkel probleem deze titel te traceren.' De RFID-antenne, die ook in producten

als globes en kalenders zit, zorgt er bovendien voor dat inkomstenderving als gevolg van winkeldiefstal tot nul is gereduceerd. Geen enkel beveiligingsinstallatie blijkt zo waterdicht als een RFID-systeem.

Allemaal mooi en aardig, maar er is nog veel meer mogelijk. Zo beginnen Almere en Maastricht binnenkort een experiment met kiosken die zijn uitgerust met RFID-lezers. Wie er een boek langs haalt, krijgt op het beeldscherm extra informatie te zien, bijvoorbeeld over het leven en werk van de auteur. In de detailhandel geldt dit zeker als vooruitstrevend, maar dat is nog slechts peanuts bij de verdere ontwikkelingen die Van der Lely voor ogen staan. Niet de techniek, maar de menselijke creativiteit is wat hem betreft de beperkende factor. De directeur denkt bijvoorbeeld aan beeldschermen die kenmerkende beelden laat zien die bij een specifieke titel passen. Zo kan een kookdemonstratie worden getoond op het moment dat de klant een kookboek langs de RFID-reader haalt. Of zelfs op het moment dat de klant dat kookboek uit het schap haalt. En wie een reisboek pakt, krijgt op het beeldscherm een reisimpressie te zien.

De RFID-tag bij Selexyz kost veertien cent per exemplaar. Die investering is er al lang uit, net als de investering van 75.000 euro om de winkels RFID-gereed te maken. Dat heeft vooral te maken met het terugdringen van 'lekkage' en out of stock, terwijl deze investering in de toekomst vooral als marketingtool wordt ingezet om meer omzet binnen te halen. Onderzoek in de VS wijst uit dat klanten die gebruikmaken van informatiezuilen in boekwinkels anderhalf keer meer besteden. Of dat in Nederland straks ook het geval zal zijn, durft Van der Lely nog niet te voorspellen. Maar dat goed geïnformeerde klanten meer geld in de winkels gaan besteden, acht hij zeer waarschijnlijk.

DIGITALE BOEKENREADER

In het juryrapport van de Retail Jaarprijs kreeg de website van Selexyz geen prominente aandacht, maar ook wat dat betreft wil de directeur voor de troepen uitlopen. Zo bestaat er een boekenkastgadget, waarmee de gebruiker de boektitels naar eigen inzicht kan beheren, bijvoorbeeld door ze te sorteren op alfabetische volgorde of door te registreren welke boeken zijn uitgeleend. Selexyz.nl moet op die manier worden ervaren als het 'kwalitatieve alternatief' voor megaseller Bol.com

Ook daar kan RFID aan te pas komen, omdat er via die techniek, gekoppeld aan een klantenkaart, online communicatie mogelijk is tussen de winkel en

de eigen boekenkast thuis.

Ook bijzonder aan de website is de mogelijkheid om honderd boeken en achthonderd uittreksels gratis te downloaden. Dat kan via de reguliere pc thuis, maar er bestaat inmiddels ook een digitale boekenreader, de iLiad, die speciaal ontworpen is voor het downloaden, lezen, uitwisselen en bewerken van digitale literatuur en studieteksten. Selexyz is de enige partij in Nederland die deze reader aanbiedt. Van der Lely had gerekend op de verkoop van een vijftiental exemplaren, het zijn er inmiddels meer dan honderd geworden.

Maar moet hij daar blij mee zijn? De cd-sector kreunt en steunt onder het illegaal downloaden van muziek. Is dat een voorbode voor de boekenwereld? 'Ik durf dat niet te voorspellen, maar ik weet wel dat een boek een heel andere gevoelswaarde heeft dan muziek. Muziek die je hoort, is niet tastbaar. Een boek wel. Een boek heeft een totaal andere belevenis. Hoe dit zich zal ontwikkelen, weet ik niet, maar ik vind wel dat wij als prominente boekwinkel de taak hebben om betrokken te zijn bij de allereerste ontwikkelingen. Vandaar de verkoop van de iLiad.'

Merkinzicht

Spontane merkassociaties



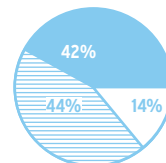
selexyz

1. Onbekend (62%, Neutraal gevoel)
2. Boeken/Boekhandel (28%, Positief gevoel)
3. Geen ervaring mee (12%, Neutraal gevoel)
4. Selecteren/Selecties (9%, Gematigd positief gevoel)
5. Studietoeken (7%, Gematigd positief gevoel)

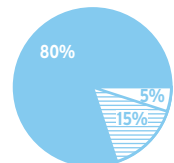
brunā

1. Boeken/Boekhandel (80%, Positief gevoel)
2. Tijdschriften (32%, Positief gevoel)
3. Prettig (24%, Zeer positief)
4. Breed assortiment (22%, Zeer positief)
5. Service personeel (19%, Positief)

Merkwaarde



- positief
- ▨ neutraal
- negatief



In het bovenstaande kader worden de meest voorkomende associaties per merk weergegeven, naar aanleiding van de vraag welke eigenschappen men spontaan aan een merk verbindt. Powered by: MindWorld en Toluna (n=300)

