

# Waarom Vodafone voor retail?



The future is exciting.

**Ready?**



# Waarom Vodafone voor retail?

Vodafone bevindt zich in een unieke positie. Wij kunnen retailers faciliteren met een technologie die de mogelijkheid biedt om alles en iedereen in een organisatie beter met elkaar te verbinden. Als totaalprovider in communicatie zorgen wij voor de netwerken, technologie en oplossingen die uw bedrijf helpt om vandaag te kunnen concurreren en positioneren. Hierdoor kunt u profiteren van de nieuwe kansen van morgen.

We zijn zelf ook een retailer. Daarom hebben we het inzicht en de ervaring om dit te realiseren in een snel bewegende, 24/7 gerichte omgeving, online en in-store.

We helpen bedrijven zoals die van u met het verbinden van winkels, mensen, logistieke operaties en opslaglocaties.

Lees deze gids om te ontdekken hoe we dit doen. Wilt u graag meer lezen over de game-changing trends met nieuwe kansen voor retailers? Download dan de Ready Retail Guide op **[www.vodafone.nl/retail](http://www.vodafone.nl/retail)**

# Inhoud

<b>Onderdeel 1</b>	<b>4</b>
Zes trends achter de veranderingen: beïnvloeden van gedrag en het creëren van nieuwe mogelijkheden.	
<b>Onderdeel 2</b>	<b>6</b>
Onze eigen retailreis – transformeren van de Vodafone Retail Experience	
<b>Onderdeel 3</b>	<b>8</b>
Inspelen op uitdagingen in de retail – hoe we kunnen helpen	
<b>Onderdeel 4</b>	<b>16</b>
Hoe Vodafone klanten helpt – in retail en verder	

# Onderdeel 1

## zes trends achter de veranderingen: beïnvloeden van gedrag en het creëren van nieuwe mogelijkheden.

Vandaag de dag hebben retailers zoals u te maken met een steeds verschuivend omni-channel consumentenlandschap. Nieuwe concurrenten, gevestigde namen, merkoverstijgende bricks and clicks maken hier allemaal onderdeel van uit. De winkelstraat van vandaag wordt opnieuw ontdekt met behulp van eindeloze technische mogelijkheden. Maar het kunnen blijven aanbieden van een goede winkelbeleving via verschillende kanalen is verre van eenvoudig.

Klanten leggen steeds complexere routes af. Ook de grote druk op marges vereist een verandering van de verouderde processen en systemen. Het 'nieuwe normaal' houdt in dat u moet inspelen op de steeds wisselende vraag van klanten. Denk hierbij aan Black Friday of een onverwachte run op zonnebrandcrème tijdens een hittegolf in maart. Het leveren van dezelfde kwaliteit van dienstverlening, ongeacht wat retailers nodig hebben voor hun back-end systemen die seizoensgebonden markten aankunnen met een schaalbare, flexibele infrastructuur. Draagbare technologieën zullen klanten een geheel nieuwe winkelervaring bezorgen. Voor retailers betekent dit een ander kanaal om hun klanten te bedienen.

De volgende trends zijn niet nieuw, maar ze veranderen. Vaak in een razend hoog tempo.

- 1 Een nieuwe definitie van gemak**

Gemak is van cruciaal belang voor uw klanten. Daarbij is het niet van belang hoeveel winkels u heeft. Wat telt is uw mogelijkheid om goederen te leveren op een door de klant aangegeven locatie binnen een steeds kortere tijd. U heeft een bedrijf nodig wat is gericht op actie wanneer, hoe en waar uw klanten willen.
- 2 Lang leve de winkelstraat**

De vervaging tussen fysieke winkels en online winkelen gaat door. De winkelstraat wordt opnieuw ontdekt, en is zowel dynamisch als digitaal. De manier waarop winkels met elkaar zijn verbonden is van cruciaal belang voor het leveren van goede en betrouwbare service. Een fysieke winkel met digitale elementen maakt het mogelijk voor medewerkers om klanten een optimale service te bieden. Het laat daarnaast ook zien dat uw serieuze bent op het gebied van digitale ontwikkeling.
- 3 Kom dichterbij uw klanten**

Klanten verwachten van retailers dat ze een steeds persoonlijkere beleving creëren. Daarnaast verwachten klanten ook meer keuzegemak waarbij ze kunnen vergelijken. Retailers kunnen hier het beste op inspelen door continue hun klanteninzicht te ontwikkelen en verfijnen. Met behulp van data-analyse bent u als retailer in staat om een klantgerichte beleving neer te zetten.
- 4 Breng de logistiek naar een hoger plan**

Kleinere marges betekent dat uw voorraden efficiënt, slim en dynamisch moet zijn. Met behulp van Internet is het mogelijk om het proces van bestellen, tracking van goederen en uiteindelijke levering bij de klant te verbeteren.
- 5 Robuuste, veilige en flexibele back end systemen**

Seizoensgebonden uitverkoop, een plotselinge piek in de vraag of een onverwachte schommeling? Zorg dat uw klaar bent voor onverwachte ontwikkelingen. Hiermee kunt u uw als retailer onderscheiden van andere retailers. Daarom hebben retailers een flexibele en snelle infrastructuur nodig die kan opschalen wanneer uw bedrijf dat nodig heeft. Ook wanneer u nog met verouderde systemen werkt.
- 6 Geef medewerkers de best mogelijke digitale uitrusting**

Zorg ervoor dat uw medewerkers niet stoppen met denken als klanten wanneer ze de winkel binnenstappen. Uw medewerkers moeten over technologische middelen beschikken om hun klanten beter te kunnen helpen. Met hulp van digitale middelen verbetert de interne communicatie en is het mogelijk om kennis te delen.

# Onderdeel 2

## Onze eigen retailreis – transformeren van de Vodafone Retail Experience

We hebben meer dan 15.000 winkels wereldwijd. We hebben hard gewerkt en aanzienlijke investeringen gedaan in onze eigen retail business om te kunnen concurreren met als spil in het web een veeleisende, goed geïnformeerde en prijsbewuste klant.

We zijn nog steeds op reis. Op dit moment zijn we al onze winkels aan het aanpassen, zodat we een lijn kunnen trekken. Al onze winkels beschikken over een eenvoudig ontwerp. Dit biedt iedere winkel de mogelijkheid om verschillende acties en een Top 10-tafel met live devices optimaal te presenteren. Daarnaast hebben onze winkels de beste technische experts in dienst om klanten van het beste advies te voorzien. We kunnen opereren met dezelfde snelheid als andere retailers. In september 2014 namen we 139 Phones 4U winkels over. In slechts twee maanden tijd hebben we de winkels getransformeerd en de medewerkers getraind in het format van Vodafone.

Omdat we zelf retailer zijn, hebben we kennis over consumenten en retail. We weten hoe belangrijk technologie en social media zijn om klanten een goede service te bieden. Met meer dan 450 miljoen klanten wereldwijd zijn we ervan overtuigd dat we veel informatie kunnen delen over de veranderende eisen en verwachtingen van de consument.

Maar we weten natuurlijk niet alles. We weten niet alles over uw bedrijf en uw specifieke persoonlijke wensen. Dat is de reden dat we tijd aan u besteden. Hierdoor kunnen we uw bedrijf en de omgeving van uw bedrijf goed begrijpen. Pas dan kunnen we de beste oplossingen creëren die aansluiten bij uw vragen en wensen.

Samenwerken met Vodafone betekent dat we een totaalpakket kunnen bieden voor alle behoeften op het gebied van social media, mobiele telefonie en de cloud. Geen enkele andere aanbieder kan dezelfde one-stop shop bieden voor al uw behoeften op het gebied van communicatie. We zijn in staat uw klanten, collega's en leveranciers met elkaar te verbinden. We bouwen een stevige fundering zodat uw in staat bent tot global omni-channel retailing.

**15.500 winkels**

**450 miljoen  
klanten**

**Actief in 26  
landen.  
Samenwerking  
met 50 andere  
landen.**

**50.000 retail  
managers  
en adviseurs.**

# Onderdeel 3

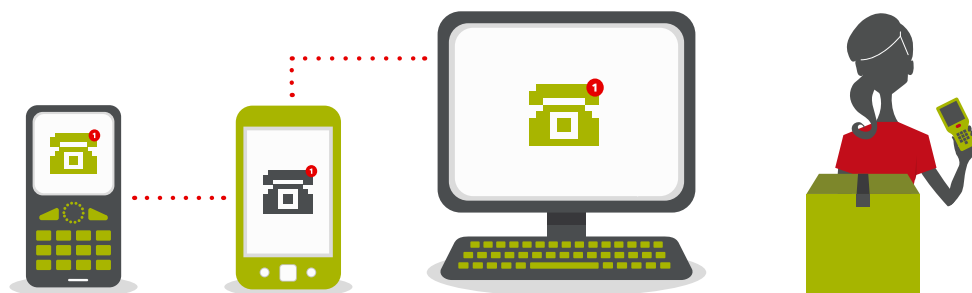
## Inspelen op uitdagingen in de retail – hoe we kunnen helpen

Retailers die zo zijn gepositioneerd zodat ze vandaag succesvol kunnen zijn, terwijl ze altijd zijn voorbereid op de dag van morgen.

Ontdek nu hoe uw bedrijf de meest optimale operationele wendbaarheid krijgt, zodat uw beter betrokken bent bij uw klanten en medewerkers.



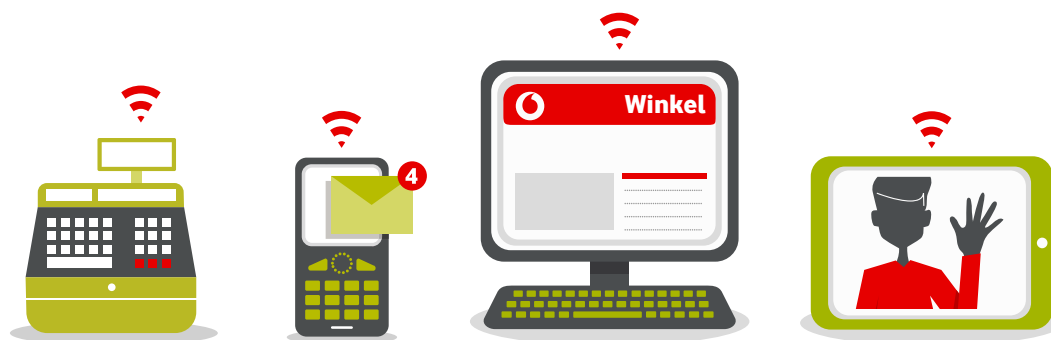
## Schaalbaar en flexibel



## Klantgericht werken



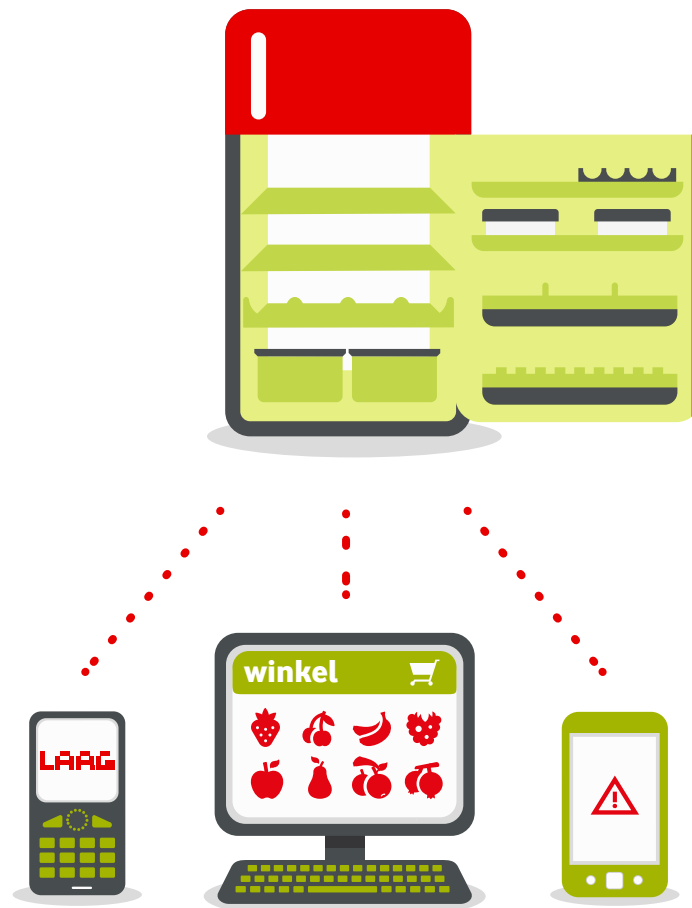
## Verbonden medewerkers



# 1 Schaalbaar en flexibel

Voor retailers betekent een betere operationele wendbaarheid dat uw vermogen en flexibiliteit hebt in u communicatie-infrastructuur om uw bedrijf draaiende te houden. Hier kunnen wij u bij helpen:

- We ontwerpen flexibele en **eenduidige communicatie-**infrastructuren met **vaste-, mobiele-** en **host service**. Hierdoor kunnen uw medewerkers productief en toegankelijk werken.
- Onze **oplossingen helpen u om controle** te krijgen over u totale uitgaven en verbruik van communicatiemiddelen.
- Onze **veiligheidsoplossingen** helpen u om het vertrouwen van u klanten te winnen. We beschermen uw bedrijf door klant- en bedrijfsgegevens veilig te bewaren.
- Onze **Internet of Things** oplossingen veranderen uw leveringsketen – van de ingang van u winkel, tot logistiek, distributie en de middelen waarmee u goederen bij de klant worden bezorgd.



## Hoe YoGro zijn leveringsketen meer wendbaar maakt met behulp van IoT-technologie

Stel u voor: een snel groeiend bedrijf wat bevroren yoghurt levert – YoGro. Het bedrijf startte vanuit een food truck op muziektournees en is sterk gegroeid door mond-op-mondreclame. Daarnaast maakte het bedrijf uitstekend gebruik van social media en een geweldige website.

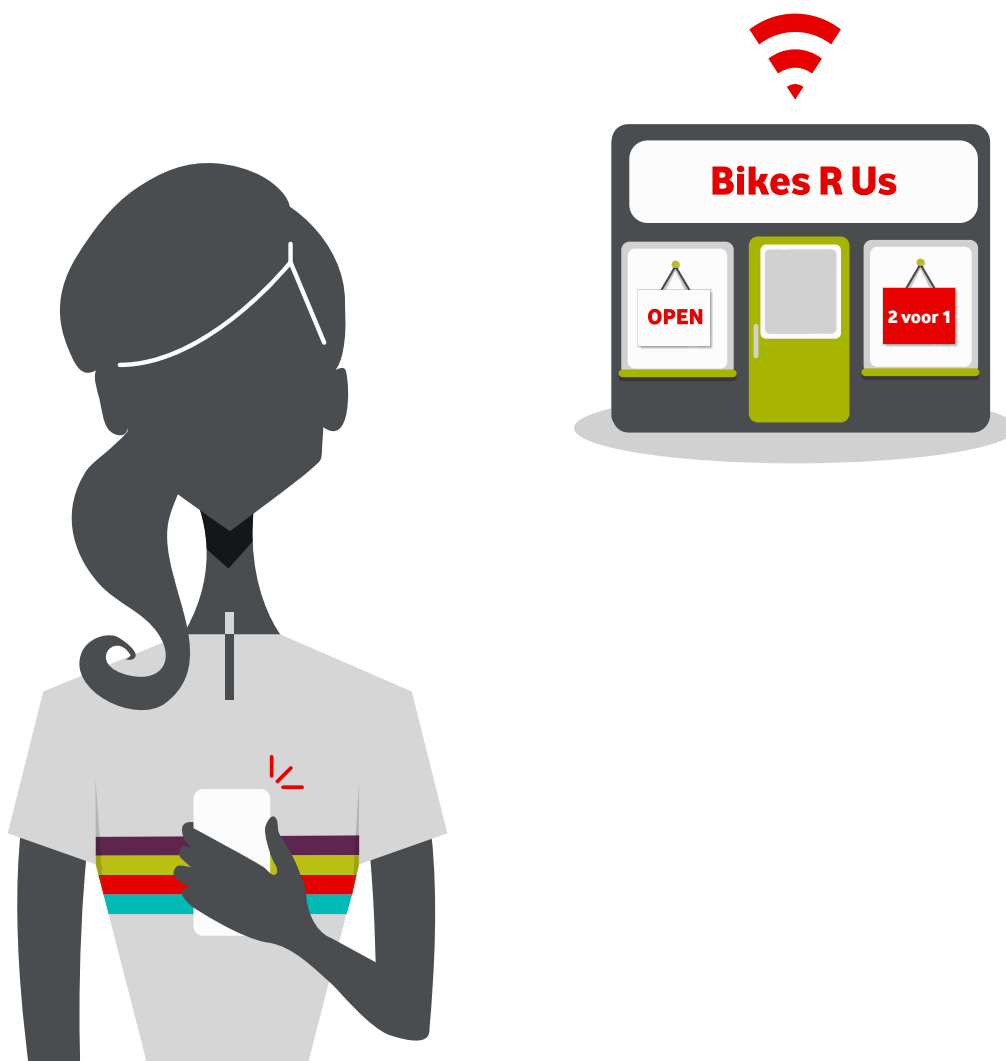
Het bedrijf blijkt zeer succesvol. YoGro opent nu twee winkels per maand en levert ook aan supermarkten. Voor YoGro is het belangrijk om hun leveringsketen te optimaliseren. Het snelgroeiende bedrijf heeft immers te maken met een product met een beperkte houdbaarheid.

- Met behulp van de IoT-technologie kan YoGro vriezers en koelsystemen met elkaar verbinden. Intelligente systemen bieden de mogelijkheid te rapporteren over de voorraad en houdbaarheid van de voorraad.
- Dit biedt het bedrijf ook de mogelijkheid om hun bederfelijke goederen te volgen wanneer de goederen worden geleverd door het hele land.
- Er worden automatisch nieuwe bestellingen geplaatst wanneer de voorraden laag zijn of de uiterste houdbaarheidsdatum dichterbij komt.
- Met maar één communicatieprovider hoeft het IT team minder middelen in te zetten om de leveranciers goed te kunnen managen.
- Bij een cyberaanval zorgt een op maat gemaakte beveiligingsoplossing dat bedrijfsdata veilig blijven, waar de apparaten van de medewerkers ook zijn.
- YoGro garandeert zijn klanten dat ze alleen samenwerken met boeren die hun producten organisch produceren. Dit kan YoGro garanderen door een ononderbroken keten vanaf de leverancier van melk tot de klant. YoGro kan de herkomst van ingrediënten achterhalen, uitrekenen welke afstand de ingrediënten hebben afgelegd net als de namen van de boeren die de melk voor de yoghurt produceren.
- Het loyale klantenbestand wil de zekerheid dat het bedrijf bij zijn groene roots blijft. YoGro gebruikt een Energy Data Management Solution om te monitoren hoeveel energie er wordt gebruikt om zo de CO<sup>2</sup> voetafdruk te verminderen.

## 2 Klantgericht werken

Verbeter de ervaring van u klanten op alle mogelijke manieren. Maak gebruik van de voordelen van de laatste communicatietechnologie om meer omzet te realiseren. Met Vodafone kunt u:

- Beter inzicht krijgen in klantinteractie kanalen met contactcentrum oplossingen. Deze bieden de zekerheid dat u een naadloos aansluitende ervaring aan klanten kunt bieden over de telefoon, e-mail, SMS en via social media.
- In-store Wi-Fi introduceren. De mobiele data analyse oplossingen voor klantinzicht helpen u om dichterbij uw klanten te komen.
- Nieuwe innovatieve winkelervaringen ontwerpen met behulp van nieuwe digitale technologie.
- Mobiele betaaloplossingen gebruiken. Hierdoor ervaren u klanten een non-stop innovatieve ervaring in uw winkel.



## Hoe Bikes R Us een groter inzicht krijgt in zijn klanten door in-store Wi-Fi en real-time analyses

Stel u voor: de fictieve fietsspecialist Bikes R Us. Een bekende retailer met vestigingen door het hele land die ook online actief is. Bikes R Us weet dat hun klanten de aanschaf van hoogwaardige gebruiksgoederen (bijvoorbeeld een voor de klant op maat gemaakte fiets van 2500 euro) vaak combineren met kleinere aankopen (bijvoorbeeld fietshandschoenen van 12 euro).

Bikes R Us wil hier graag meer inzicht in krijgen. Het doel is om klanten te verleiden de winkel te bezoeken waar ze worden geholpen door een goed geïnformeerd verkoopteam. Het verkoopteam kan met dit inzicht anticiperen op de verkoop van de winstgevende goedkopere producten via alle verkoopkanalen. Hierdoor is Bikes R Us in staat om een uitstekende winkelbeleving neer te zetten voor zijn klanten.

- In de winkel worden gebruikers van Wi-Fi aangestuurd om de Bikes R Us app te downloaden. Deze aanmoediging leidt ertoe dat het aantal klanten dat de app gebruikt verviervoudigt.
- Alle klantinformatie is toegankelijk met slechts een druk op de knop. Elke verkoopmedewerker kan direct beginnen met een goed geïnformeerd verkoopgesprek met de klant. Dit gesprek is gebaseerd op vorige aankopen van de klant, browse geschiedenis en inhoud van de winkelmandjes
- Queue-busting betalingstoepassingen op tablets betekent dat winkels kunnen inspelen op het toegenomen aantal mobiele betalingen.
- Ongeacht de grootte van de winkel kunnen medewerkers de voorraden bekijken via hun tablets. Deze informatie zorgt ervoor dat klanten met vertrouwen hun aankopen kunnen doen.
- Wanneer klanten in de buurt van Bikes R Us zijn, worden speciale aanbiedingen verstuurd door middel van location-based applicaties. Hierdoor wordt de klant verleid om naar de winkel te komen.
- Een meer compleet beeld van waar de klant naar zoekt en hun loyaliteit: dit alles gebaseerd op data van bezoek aan de winkel, interactie in de winkel en de open rate of emails.
- Bikes R Us kan zijn klanteninzicht naar een hoger niveau trekken met iedere klantinteractie. Daarnaast kan de klantenbinding worden verhoogd en is het mogelijk om klanten betere winkelervaringen te bieden. Hierdoor wordt het merk Bikes R Us versterkt op de overvolle markt.

### 3 Verbonden medewerkers

Uw medewerkers gebruiken hun mobiele apparaten in hun persoonlijke leven om informatie te delen, te vergelijken, te winkelen en samen te werken. Maak hier gebruik van door ervoor te zorgen dat medewerkers verbonden kunnen blijven in uw organisatie. Met snelle en makkelijke toegang tot de informatie die ze nodig hebben. Wij kunnen u helpen uw medewerkers effectiever te laten samenwerken door:

- Communicatie samen te voegen voor een goede verbinding van de mensen door uw bedrijf. Dit geeft u medewerkers de vrijheid om efficiënt te werken en direct te kunnen communiceren.
- Flexibele werkoplossingen te bieden die uw medewerkers in staat stelt om effectief te communiceren en samen te werken, waar ze ook zijn.
- Mobiele oplossingen te bieden voor medewerkers die met klanten te maken hebben. Dit zorgt ervoor dat medewerkers toegang hebben tot informatie over voorraad, waardoor ze in staat zijn de klant optimaal te informeren. Ook zorgt deze mobiele oplossing ervoor dat de voorraad op tijd wordt aangevuld.



## Hoe Farmz gebruik maakt van samenwerking met geïntegreerde communicatie

We beschrijven weer een fictief bedrijf: Farmz. Farmz is een bedrijf wat is gespecialiseerd in voeding voor de agrarische sector. Farmz vertrouwt op hun wijdverspreide netwerk van vertegenwoordigers in de akkerbouw, waardoor ze nauw kunnen samenwerken met hun klanten. Het team van Farmz weet dat hun klanten graag de laatste ontwikkelingen in hun sector gedeeld willen zien via video conferenties, calls en tekstberichten.

De summiere netwerkdekking hindert Farmz in de mogelijkheid om een constante klantenservice te kunnen bieden. Up-to-date informatie over de voorraad leidt tot snellere besluitvorming van klanten, met grotere orders en dus een groeiende winst.

- Real-time communicatie tussen het sales team en de klanten betekent dat vragen kunnen worden beantwoord op locatie. Hierdoor wordt het aankoopproces versneld.
- Nieuwe videoconferentie en videochat mogelijkheden helpen klanten om weloverwogen beslissingen te maken en kunnen handelen op basis van de informatie die voor hen van toepassing is.
- Salesteams kunnen nu verkopen aan de zijde van hun klant, met behulp van tablets. Hiermee kunnen ze klanten meer inzicht bieden, nuttige data delen en directe toegang tot onderzoek geven. Dit stimuleert de verkoop en omvang van de orders.
- Een uitgebreide dekkingsgraad in Nederland zorgt voor een verbeterde toegang tot het netwerk. Onafhankelijk van waar het team zich bevindt. Telefoontjes van klanten die informatie nodig hebben kunnen met een betrouwbare verbinding worden beantwoord.
- Directe data-uitwisseling tussen beschikbare voorraad, klantorders en uitvoering door het team zorgt voor snelheid in het proces. Dit verlaagt de doorlooptijd en garandeert een snelle bevoorrading.
- Vereenvoudig het netwerk voor mobiele en vaste telefonie via één leverancier. Dit verlaagt de kosten en administratiedruk voor het centrale kantoor van Farmz.
- Betere interne uitwisseling van informatie en marktgegevens voor de verspreid werkende team betekent dat ze nu best practices kunnen delen en gestandaardiseerd kunnen werken.

# Onderdeel 4

## Hoe Vodafone klanten helpt – in retail en verder

### **Brunotti**

Traditioneel bedrijf groeit en digitaliseert met moderne technologie

### **Amazon**

Grootste wereldwijde online retailer

### **Mamas & Papas**

Producent en retailer van babyverzorgingsproducten

### **Optical Express**

Retailer in optiek





## Brunotti

Communicatie is een cruciale pijler onder de groeistrategie van het sport- en fashionmerk Brunotti. Of het nu gaat om communicatie met klanten via internet en mobiele devices, of tussen de wereldwijd opererende medewerkers en partners, slimme inzet van technologie maakt van Brunotti een Ready Business.

Voor de productie en levering van de populaire surf- en kiteboards is communicatietechnologie cruciaal. Om het ontwerp- en productieproces efficiënter te laten verlopen zijn efficiënte IT-oplossingen nodig, bijvoorbeeld om hoge resolutie beelden van monsters wereldwijd te kunnen delen, en essentiële informatie snel uit te wisselen. De medewerkers opereren wereldwijd, van stylisten in Stockholm en Londen tot productiemedewerkers in Turkije, India en China. Daarvoor wilde Brunotti een kostenefficiënte oplossing.

### Hoe Vodafone heeft geholpen

- Een flat fee tarief voor mobiele communicatie;
- Een dedicated lijn voor communicatie tussen hoofdkantoor en magazijn;
- 4G communicatietechnologie maakt het hele productieproces sneller doordat medewerkers overal informatie kunnen uitwisselen, ook grote bestanden;
- Medewerkers zijn altijd bereikbaar, of het nu gaat om iemand in het Verre Oosten met een vraag of een Nederlandse klant met een probleem;
- Brunotti is dankzij 4G voorbereid op groei van de verkoop via mobiele toestellen.

“Ik kan het me niet veroorloven om niet bereikbaar te zijn. Daar is onze markt te snel voor, vandaag niet gescoord is morgen verloren. Vodafone helpt ons hierbij.”

**Hans Völlmer, Chief Operations Officer bij Brunotti**



## Amazon

Amazon is 's werelds grootste internetretailer. Het bedrijf wilde een revolutie tot stand brengen op de eReader markt, door boekliefhebbers de mogelijkheid te bieden om hen te laten downloaden en digitale inhoud te lezen op een toepassing onafhankelijk van waar ze zijn. Om een betere gebruikservaring te kunnen realiseren en om een perfect geïntegreerd systeem van hardware, inhoud en service te kunnen creëren ontwikkelde Amazon zijn eigen eReader.

Amazon wilde klanten de mogelijkheid bieden om toegang tot hun inhoud te hebben, altijd en overal. Voordat dit gerealiseerd kon worden moesten de toepassingen die klanten gebruikten (bijvoorbeeld een tablet) kunnen worden aangesloten. Voor boekliefhebbers moest het namelijk mogelijk zijn om boeken te kopen en downloaden wanneer ze onderweg waren, op een gebruiksvriendelijke manier – zonder contracten en extra betalingen. Om dit vlot op de markt te kunnen brengen had Amazon een verbindingspartner nodig die in staat was om een consistente, wereldwijde gebruikerservaring te leveren.

### Hoe Vodafone heeft geholpen

- Vereenvoudigen van het proces om hardware te lanceren, geschikt voor verschillende markten over de hele wereld, met een wereldwijd te gebruiken SIM.
- Verbeteren van gebruiksgemak met rechtstreekse verbinding en 1-Click registratie.
- Afname van operationele kosten met een enkel aansluitcontract die verschillende markten dekt.
- Kindle Paperwhite 3G gebruikers de mogelijkheid bieden om een boek te downloaden in meer dan 150 landen.
- Het bieden van een intelligente SIM voor de Kindle Fire HDX in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland dat de locatie herkent op het moment van activatie. Gebruikers kunnen zo snel inloggen bij lokale data packages met toegang tot aanvullende diensten en ondersteuning.
- Ervoor zorgen dat klanten de lokale tarieven betalen en dat Amazon SIMs eenvoudig beheert.



## Mamas & Papas

Met slechts twee jaar om de doelgroep te bereiken – ouders van baby's en jonge kinderen – is het erg belangrijk dat Mamas & Papas alle mogelijkheden benut wanneer sprake is van klantcontact.

Mamas & Papas moet vertrouwen winnen via verschillende kanalen. Om de zaak nog wat ingewikkelder te maken moet dit gebeuren in een voor ouders spannende tijd waarin ze erg voorzichtig zijn. Ze worden immers ouders of zijn dit net geworden. Een krachtige communicatie-infrastructuur is de basis voor beloftes aan klanten en is het hart van de business operatie.

### Hoe Vodafone heeft geholpen

- Verbeteren van de beschikbaarheid van het netwerk met een vereenvoudigd beheer van het netwerk met een enkele leverancier.
- Een betere klantenservice met een snellere, meer lokaal gerichte reactie op problemen die zijn aangemeld bij het hoofdkantoor.
- Faciliteren in het uitrollen van e-learning voor medewerkers in het winkelnetwerk van het Verenigd Koninkrijk. Dit had een meer eenduidige klantervaring tot gevolg.

### Service en oplossingen

- Vaste, mobiele en data oplossingen voor alle locaties in het Verenigd Koninkrijk.
- New Wide Area Network biedt een dubbele bandbreedte ten opzichte van de voorgaande oplossingen.
- Helpen in het plannen van een upgrade van de contactcentrum operations, integreren van social media en e-mail in een samengevoegde klantervaring.
- Grotere bandbreedte en netwerkvermogen waardoor real-time voorraadinformatie verbetert.

“Werken met Vodafone binnen ons bedrijf geeft ons de zekerheid dat de verbinding tussen onze winkels, contactcentrum en onze medewerkers effectief werkt. Het heeft ons de fundering gegeven van waaruit we kunnen bouwen aan de toekomst.”

**Chris Greenwood, Chief Information Officer, Mamas & Papas**

## Optical Express

### Optical Express

Onbetrouwbare verbinding met het netwerk leidde tot slechte prestaties en netwerkbeheervraagstukken voor alle Optical Express winkels in en heel Europa.

Zonder een centraal gecoördineerde opslag van medische gegevens en het afsprakensysteem voor klanten was informatie erg versnipperd.

Het bedrijf wilde ook een kostenbesparing realiseren van 40% in de kosten voor telecommunicatie.

#### Hoe Vodafone heeft geholpen

- Besteden van tijd in het call center om de behoeften van Optical Express te kunnen begrijpen. Er werd geen standaardoplossing aangeboden.
- Creëren van een compleet Unified Communications oplossingen voor de behoeften van Optical Express, inclusief plannen voor toekomstige multi-channel benadering zoals Live Chat, SMS en videoconferenties.
- Het leveren van besparingen van 40% op de totale kosten.
- Price-matched services en tarieven om de benodigde besparingen inzichtelijk te maken.
- Betere afhandeling van datagegevens op het netwerk betekent dat beelden van ogen van patiënten kunnen worden gedeeld. Hierdoor worden nieuwe opnamen overbodig.
- Mobiele technologie activeert real-time communicatie tussen optometristen. Vragen van klanten kunnen hierdoor direct worden beantwoord, waardoor een nieuwe afspraak niet nodig is.

#### Service en oplossingen

- Tot wel acht keer snellere bandbreedte voor het netwerk.
- Nieuw foutbestendig Local Area Network voor het call center met 250 medewerkers.
- Nieuw Branch Connectivity network biedt de mogelijkheid voor een gecentraliseerd afsprakensysteem voor alle winkels en een gedeelde elektronische opslag van medische gegevens.
- Gratis VoIP telefonie tussen verschillende onderdelen van het bedrijf.
- Verbeterde efficiëntie in het call center zet aan tot een toename van uitgaande telefoongesprekken naar klanten waardoor de service voor klanten verbetert.

“We hebben gekozen voor Vodafone vanwege twee hoofdredenen: onze uitstekende ervaringen in het verleden omtrent hun mobiele service. Maar ook omdat ze ons een complete oplossing kunnen bieden die aansluit bij onze behoeften, inclusief telefoonlijn, data netwerk en mobiele netwerk.”

**Craig Duffy, IT manager, Optical Express Group**

# What's next?

Bij Vodafone kennen we de realiteit van de uitdagingen waar u te maken heeft als retailer. Dit komt omdat we zelf ook een retailer zijn.

Wij hebben het vermogen en ervaring om te helpen bij het creëren van een snelle infrastructuur voor ondernemende retailers. Over de hele wereld. Iedere retailer met zijn eigen reis op weg naar verandering, hun missie startend door kritisch te kijken naar hun communicatie.

Lees onze **Ready Retail gids**, met meerdere inzichten in trends, technologieën en mogelijkheden die nu bestaan voor retailers.

Wilt u graag met ons praten? We horen het graag van u.

Neem contact op met uw accountmanager of bezoek ons op de website: **[www.vodafone.nl/retail](http://www.vodafone.nl/retail)**

