

De universiteit van Parma analyseert al ruim 20 jaar het wereldwijde gebruik van RFID in de modesector. De onderzoekers hebben met GS1 het gebruik in Nederland onder de loep genomen.



RFID-gedreven bedrijven zien omzetgroei



Waarvoor gebruiken modebedrijven RFID?

- 1** Voorkomen van nee-verkoop en het verbeteren van voorraadbetrouwbaarheid.



- 2** Optimaliseren van procesautomatisering.

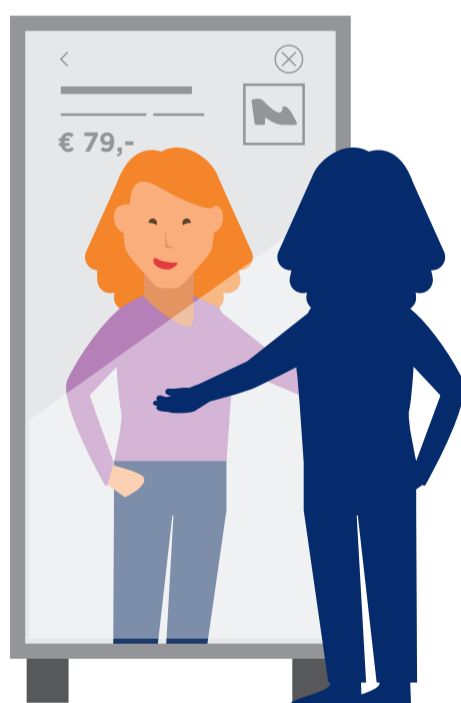
- 3** Het laten groeien van omnichannel-projecten, vooral voor zaken zoals 'click-and-reserve' en 'ship-from-store'.



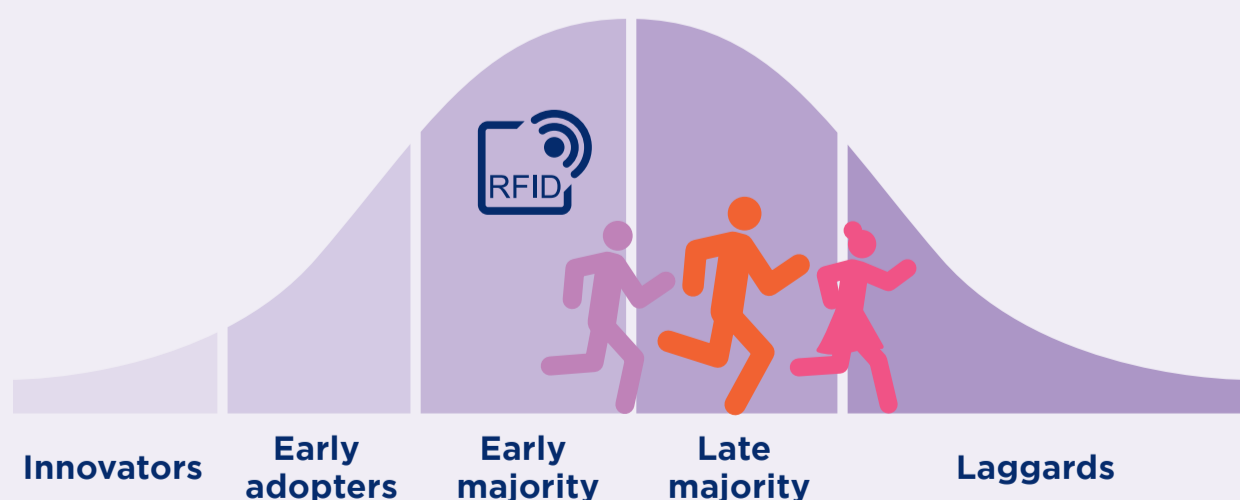
Kansen voor visual merchandising en klantbeleving

Visual merchandising en het verbeteren van de customer experience zien bedrijven als nieuwe commerciële kansen.

Van een **persoonlijk welkom**, **extra productinformatie**, **assistentie in paskamer** tot een **snelle check-out** en **slimme passpiegels**.



Waar staan we in het adoptiemodel voor technologie?



Nederlandse bedrijven zijn de vroege adoptiefase voorbij en zitten in de 'early majority' fase. Modebedrijven die RFID nog niet gebruiken lopen het risico achterop te raken bij hun concurrenten als ze langer wachten met het gebruiken van deze technologie.