

Time to market wordt steeds korter

Bedrijven kunnen met nieuwe technologie en nieuwe IT-werkmethoden zoals agile, scrum en DevOps veel sneller 'live' gaan dan vijf tot tien jaar geleden. Een particulier kan binnen een dag een webshop optuigen, maar kan zijn spullen ook met een paar muisclicks op een bestaand e-commerce platform aanbieden. Veel bedrijven voeren wekelijks of dagelijks aanpassingen door in de websitestructuur. Het maakt de customer service omgeving veranderlijk en complex: systemen en medewerkers moeten dus flexibel zijn.

Nieuwe business modellen

De levertijd van online retailers is in korte tijd van enkele dagen verschoven naar 'bestellen voor middernacht, morgen in huis'; de stap die volgt is levering binnen een uur, waarbij het internet een makelaarsfunctie krijgt tussen productaanbieder (salesorganisatie), voorraadhouder (distributeur) en consument. Met andere woorden: online partijen met een 'brokerfunctie' kijken bij een bestelling eerst wat de dichtstbijzijnde locatie is waar een product zich bevindt, om vervolgens tegen een provisie een product zo snel mogelijk bij een klant te krijgen. Volgens retailwetenschapper Cor Molenaar is dit het model dat nieuwe kansen biedt voor de klassieke retail.

Versnelling van de business

De versnelling zorgt bij veel soorten bedrijven voor realtime business: nu bestellen = nu betalen = direct beginnen met het logistieke proces. Ook banken hebben veel geïnvesteerd in het faciliteren van deze realtime business, denk aan de introductie van iDeal. Online bestellen was tien jaar geleden al mogelijk, maar online betalen was uit den boze. Inmiddels zijn er allerlei betaalplatforms ontstaan waardoor klanten bijna standaard kunnen kiezen uit betaling via eenmalige incasso, iDeal, acceptgiro, creditcard of aflevering onder rembours. Daarmee is het gehele online aankoopproces sterk vergemakkelijkt. Dat betekent overigens dat ook op andere vlakken versnelling optreedt.

Responstijden zijn met name via social media aanzienlijk korter geworden. Het gemak van online aankopen doet vergroot ook de kans op miskopen of afhakers,

beiden zorgen voor extra werk bij customer service. Het gebrek aan Europese uniformiteit in online betaalplatformen (iDeal is bijvoorbeeld geen Europese standaard) is overigens een hindernis voor e-commercebedrijven die internationaal willen uitbreiden.

BINNEN 15 SECONDEN LIVE VIDEO SUPPORT – ACHTERGROND

De Mayday button op de nieuwste Kindle Fire HDX tablet is goed voor onmiddellijke 'live tech support': "Simply tap the "Mayday" button to be connected for free to an Amazon expert who can co-pilot you through any feature by drawing on your screen, walking you through how to do something yourself, or doing it for you – whatever works best. Mayday is available 24x7, 365 days a year, and it's free. Throughout the process, you will be able to see your Amazon Tech advisor live on your screen, but they won't see you. 15 seconds or less is the Mayday response time goal."

MAYDAY HELP



lees meer online

<http://bit.ly/1IU0oLn>

De voortschrijdende technologische vernieuwing heeft geleid tot verbeterde toepassingen, die grote hoeveelheden transacties in korte tijd mogelijk maken of die relatief complexe transacties eenvoudiger maken. Voorbeelden hiervan zijn: het opvragen, vergelijken en boeken van vliegreizen; het opvragen van routeinformatie; het online verrichten van micro-betalingen, bijvoorbeeld voor apps of losse muzieknnummers; het aanbieden van streaming diensten op het gebied van audio, video en boeken; en het verrichten van online betalingen tussen consumenten onderling, bijvoorbeeld via online valuta zoals bitcoins.

Nieuwe online diensten en toepassingen worden sneller omarmd

De adoptiegraad en -snelheid van nieuwe technologie is toegenomen. Voorheen dicteerde het bedrijfsleven hoe consumenten met nieuwe technologie te maken kregen. Het kostte 38 jaar voordat de radio 50 miljoen gebruikers had. Later kwam de TV; daarbij duurde het 13 jaar om tot dat zelfde gebruikersvolume te komen.