

Persinformatie

26 mei 2015

Ref.: 4360

Waar zijn de aanbiedingen? Bij Carrefour wijst de LED supermarktverlichting van Philips jou de weg

- *Wereldpremière: winkelketen Carrefour gebruikt Philips LED supermarktverlichting om locatiegebaseerde diensten naar de smartphones van klanten te sturen*
- *Philips connected verlichting werkt als een GPS-systeem voor binnenshuis en stuurt locatiegebonden informatie naar een app die de locatiegebaseerde diensten aanstuurt*
- *Revolutionaire op LED gebaseerde technologie voor positiebepaling binnenshuis is gemakkelijk schaalbaar, is nauwkeurig tot op minder dan een meter, vereist geen extra hardware-investeringen naast de lichtarmaturen zelf, en biedt 50% energiebesparing*

Brussel, België – Koninklijke Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA), de wereldwijde marktleider in verlichting, maakt vandaag de eerste belangrijke installatie bekend van haar connected verlichtingssysteem met op LED's gebaseerde locatiebepaling binnen bij Carrefour, de toonaangevende winkelketen in Europa en de derde grootste ter wereld. De gerenoveerde Carrefour hypermarkt in Lille, Frankrijk, heeft zijn voorgaande fluorescentieverlichting vervangen door 2,5 kilometer energiezuinige Philips LED-verlichting die licht gebruikt voor het versturen van een locatiesignaal naar de smartphones van klanten, dat vervolgens een app aanstuurt voor het bieden van locatiegebaseerde diensten.

Via het Philips-systeem kan Carrefour haar klanten voorzien van nieuwe diensten, zoals hen de weg wijzen en helpen aanbiedingen te vinden in de 7800 m² grote verkoopruimte. Daarnaast verlaagt de LED-verlichting het totale elektriciteitsverbruik voor verlichting van de hypermarkt met 50%.

“We zijn altijd op zoek naar innovaties die de navigatie door onze winkels vergemakkelijken en die voldoen aan de verwachtingen van onze klanten.”, zegt Céline Martin, Directeur Commerciële Modellen en Innovatie voor de Carrefour-hypermarkten in Frankrijk. “Dankzij deze nieuwe toepassing, die gebruikmaakt van Philips-technologie, kunnen we onze klanten in de EuraLille Carrefour nu een nieuwe dienst leveren die hen, als ze in de winkel zijn, in staat stelt snel hun voorkeursaanbiedingen op te zoeken of alle aanbiedingen in hun directe omgeving te bekijken. Een echt tijdbesparende dienst voor een stedelijk cliënteel!”.

Het Philips positiebepalingssysteem voor binnen bestaat uit LED-armaturen, een op cloud gebaseerde locatiedatabase en een Philips software development kit waarmee klanten hun eigen mobiele interactieplatform kunnen bouwen. Het systeem dat bij Carrefour hypermarkt



in Lille in gebruik is genomen, omvat 800 lineaire LED-armaturen met de geotrooieerde Philips VLC-technologie (Visible Light Communication) voor het via licht verzenden van een unieke code die voor het menselijk oog onzichtbaar is, maar eenvoudig gedetecteerd kan worden door een smartphonecamera zonder dat daar nog andere accessoires voor nodig zijn. Als onderdeel van de installatie zijn de software en de op cloud gebaseerde locatiedatabase van Philips geïntegreerd in de mobiele app van Carrefour. De mobiele app "Promo C'ou" werd ontworpen door Think&Go en kan vanaf vandaag gedownload worden van de Apple App Store in Frankrijk.

"Wij zetten de toon met de connected winkelverlichting bij Carrefour.", zegt Gerben van der Lugt, Hoofd LED-gebaseerde positiebepaling bij Philips Lighting. "Ons connected verlichtingssysteem maakt het mogelijk winkelen te veranderen in een meer interactieve en persoonlijke ervaring. Tegelijkertijd stelt het winkeliers in staat zich te onderscheiden, de klantentrouw te verbeteren en nieuwe diensten aan hun klanten te verlenen."

Extra informatie

Winkelnavigatie voor het versterken van de klantbeleving en het verhogen van de omzet

Volgens marktonderzoek¹ zal de penetratie van smartphones in West-Europa en Noord-Amerika in 2017 naar verwachting gestegen zijn tot meer dan 79%. De invloed van mobiele apparatuur op aankoopbeslissingen van klanten in winkels neemt toe nu 68% van de klanten al aangeeft hun mobiele telefoon te gebruiken om rond te snuffelen, aan te kopen of productinformatie te vinden als ze in winkels rondlopen. Het gebruik van schapegebonden aanbiedingstechnologie, die maatwerkinformatie levert aan klanten op het verkooppunt, groeit ook nu 56% van de Amerikaanse supermarkten verwacht deze techniek volgend jaar te gaan toepassen.

Positiebepaling in huis kan een hele reeks locatiegebaseerde diensten ondersteunen die winkelen tot een veel meer interactieve, persoonlijke en leuke beleving maken. Deze diensten kunnen het volgende omvatten: het wijzen van de weg, het laten vinden van producten en het doen van persoonlijke aanbiedingen. Op deze manier kunnen winkeliers hun klanten gepersonaliseerde ervaringen bieden om de tevredenheid te verhogen, de dienstverlening aan klanten te verbeteren, merkentrouw te bevorderen en, uiteindelijk, de omzet te vergroten.

Verder kan positiebepaling in huis de winkeliers een toegevoegde waarde bieden in termen van personeelsefficiëntie. Medewerkers kunnen producten gemakkelijk lokaliseren en vinden, kunnen meldingen van problemen voorzien van locatiegebonden informatie, en kunnen locatiegebaseerde instructies krijgen voor het aanvullen van de voorraad. Het versturen van de positiegegevens werkt zelfs als het licht gedimd is. Nadat het systeem geïnstalleerd is, kan de toegang tot de locatiegebonden informatie door de winkelier geregeld worden, zodat deze rechtstreeks de ervaringen van klanten of medewerkers kan beheren.

¹ GSMA Market Report 2015 "The Mobile Economy"

Privacybescherming

Het door Philips geïmplementeerde systeem voor positiebepaling in huis leest geen informatie uit de smartphones van klanten. Elke lichtarmatuur verzendt in één richting een stroom digitale informatie via zichtbare lichtcommunicatie (VLC). Deze eenrichtingsgegevensstroom is niet zichtbaar voor het menselijk oog, maar wordt opgevangen door de camera van de smartphone. De klant kiest voor deze dienstverlening door de app van de winkel te downloaden. De gecodeerde informatie wordt door de app gebruikt voor het leveren van locatiegebaseerde diensten. De klant kan de app te allen tijde uitschakelen.

###

Voor meer informatie kan u contact opnemen met:

Katleen Herroelen
External Communications Manager Lighting Philips a.i.
Tel.: + 32 471 83 92 53 (niet voor publicatie)
E-mail: katleen.herroelen@philips.com
Twitter: [@PhilipsBeLux](https://twitter.com/PhilipsBeLux)

Over Koninklijke Philips N.V.:

Koninklijke Philips N.V. (NYSE: PHG, AEX: PHIA) stelt zich als gediversifieerde onderneming actief op het gebied van "Gezondheid & Welzijn" tot doel het leven van de mensen te verbeteren door zinvolle innovaties op het vlak van gezondheid, lifestyle en verlichting. Philips, met hoofdkantoor in Nederland, behaalde een omzet van 21,4 miljard EUR in 2014 en stelt ongeveer 108.000 personen tewerk met verkoop en diensten in meer dan 100 landen. De onderneming is marktleider op het gebied van cardiale zorg, acute zorg en thuiszorg, energiezuinige verlichtingsoplossingen en nieuwe verlichtingstoepassingen, alsmede op het gebied van scheerapparaten, haartrimmers en mondverzorgingsproducten. Meer informatie over Philips is te vinden op www.philips.com/newscenter.