

# Innovatie in de kruideniersbranch (Of: een QR horror story)

Bent u de klos met de weekboodschappen of heeft u iemand aan wie u dit kunt uitbesteden? Of ziet u dit als een gezellig uitje? Supermarkten proberen op het gezelligheidsgevoel in te spelen door ons met allerlei lekkere dingen te verleiden. Zo heeft de supermarkt bij mij om de hoek een klein koffiehoekje ingericht. Hier ligt dan voor de geïnteresseerde lezer een landelijk dagblad paraat. Zelf doe ik al jaar en dag de weekboodschappen. Dit is zo gegroeid en van dit soort gewoontes kun je maar slecht af komen, vooral omdat mijn partner hier erg tevreden over is. Zo ben ik dan diegene die de zegeltjes spaart en alle acties in de gaten houdt. Als goed Nederlander weet ik dus wanneer welke actie loopt en probeer ik daar natuurlijk het optimale profijt uit te halen. Nu heeft deze supermarkt, die zijn wortels in het zuiden van het land heeft, iets nieuws bedacht. Een loyaliteitsprogramma met de illustere naam Fijnproevers. Nu ben ik zelf bourgondisch van aard dus spreekt mij deze naam wel aan. Een beetje loyaliteitsprogramma kan natuurlijk niet zonder een pasje waarmee spaarpunten op jouw saldo bijgeschreven kunnen worden. Mijn eerste gedachte was dan ook "vervelend, die spaarpunten wil ik wel, maar niet nog een pasje er bij". Kennelijk had iemand van de marketingafdeling hierover nagedacht en zich gerealiseerd dat je, als je al 3 airmiles pasjes bij je draagt, niet op nog een pasje zit te wachten. Ja u leest het goed, 3 pasjes heb ik voor airmiles. Ooit vele jaren geleden begonnen met één airmilepasje bezit ik er nu 3. Het eerste pasje was bedoeld om als enige pas bij alle bedrijven die met dit programma mee zouden doen te gebruiken. Helaas had een andere grootgrutter, AH, al snel bedacht dat zij hun klanten nog beter konden volgen met een eigen AH specifieke pas. Dit werd de Bonus kaart. Voor mij als klant betekenisloos, maar voor AH vast erg zinvol. Vooral als je je realiseert dat deze pas vorig jaar alweer vervangen is door een nieuw exemplaar. Ook deze is voor mij zinloos, echter zo heb ik dus al 2 airmiles kaarten. Kennelijk door AH geïnspireerd is ook Shell een paar jaar geleden begonnen met een eigen loyaliteitsprogramma. Hiermee heb ik dan airmilepasje nummer 3 te pakken. Als klant ben ik erg tevreden met de grootgrutter die ik nu frequenteer. Maar weer een pasje erbij? Daar zit ik niet op te wachten. Mijn portemonnee puilt inmiddels al uit van de pasjes. U kunt zich dan ook voorstellen hoe blij ik was toen ik las dat ik de keuze had tussen weer zo een vermaledijde pasje of een heuse telefoon App. Een innovatieve grootgrutter, wie kon dat bedenken? Zelfs met oog voor de behoefte van de klant! U snapt het al in no time stond deze App op mijn telefoon. Alzo voorbereid toog ik een paar dagen later naar de winkel voor de weekboodschappen. Stel u voor een kar gevuld met de weekboodschappen en ik er gelukkig glimlachend achter. Ik heb geen extra pasje nodig, ik kan met mijn App punten sparen. Geen gedoe meer met het juiste pasje zoeken, nee snel de telefoon uit de zak en de App aanklikken en punten sparen, dat stond mij voor de ogen!

Helaas, na het opstarten kwam een foutmelding: 'https error. Kan geen verbinding maken'. Wat nu? Heb ik iets fout gedaan? Ik heb toch wel de goede APP gedownload? Ja, gelukkig wel. De letters EMTE staarden me, vanaf een geel/groene achtergrond, bemoedigend aan.

Maar waarom een verbindingfout? Hij hoefde toch alleen maar een QR code tevoorschijn te toveren om aan de scanner te tonen? Net zoals bij een pasje?

Kennelijk ligt het toch iets complexer. Om redenen die ik niet ken, maar die mijn privacy waarschijnlijk stevig geweld aan zullen doen, blijkt een Internet verbinding absoluut noodzakelijk. Waarom dan die verbindingfout, aan mijn snelle 4G toestel kan dit toch niet liggen?

U ziet het vast al voor u, alle boodschappen zijn inmiddels door de kassière al ingescand en liggen aan het eind chaotisch op een grote hoop te wachten om ingeladen te worden terwijl er zich geheel spontaan een lange rij bij mijn kassa vormt.

Ondertussen krijg ik hulp van een vriendelijke jongeman. Deze legt mij uit dat alle winkels voor deze App juist met gratis Wi-Fi uitgerust zijn. Dit kan ik snappen. Snel dus naar Instellingen om het gratis draadloze netwerk te selecteren. Nu snel de App weer starten, QR code scannen, afrekenen en de boodschappen inpakken. Helaas, weer die https verbindingfout. Ondertussen wordt er een tweede kassa geopend om de alsmaar groeiende de rij af te wikkelen.

Maar waarom toch geen verbinding? Het zal toch niet waar zijn? Jawel, onze illustere grootgrutter heeft voor KPN als hotspot provider gekozen. Als u al eens gebruik gemaakt heeft van een KPN hotspot weet u dat dan de Wi-Fi verbinding zonder password opgebouwd wordt maar dat de communicatie daarna volledig stopt. KPN acht het noodzakelijk dat wij eerst een Internet browser opstarten om een vinkje te zetten bij het accepteren van de gebruiksvoorwaarden. Heeft u deze al eens gelezen of zet u zomaar een vinkje?

Bij de tweede kassa groeide de rij inmiddels ook exponentieel dus besloot ik het vinkje maar te zetten. Omdat KPN voor deze webpagina om onnavolgbare redenen geen responsive design toegepast heeft (automatische schaling) kon ik eerst op zoek naar mijn leesbril om het vakje voor het vinkje te vinden.

Nu weer omschakelen van de browser naar de App en daar was dan eindelijk de QR code en konden mijn punten bijgeschreven worden.

Als voorbereiding op deze column heb ik er nog even over gedacht om de marketingafdeling van deze grootgrutter te bellen om over deze fantastische innovatie te communiceren. Helaas, kennelijk wenst het hoofdkantoor niet lastig gevallen te worden, op Internet was nergens een telefoon nummer te vinden en heb ik voor mezelf maar geconcludeerd dat een terugkoppeling kennelijk niet op prijs gesteld wordt.

Voor ons echter een goede wake-up call om bij het invoeren van een innovatie niet alleen vanuit de klant en gebruiker te denken, maar ook te zorgen dat je voor terugkoppelingen te vinden bent.

**Jan W. Veltman**

**Reageren? [jan.w.veltman@technology2success.nl](mailto:jan.w.veltman@technology2success.nl)**



A handwritten signature in black ink that reads "Jan W. Veltman".