

a ne isključivo samo na zadovoljenju njihovih potreba. Visoko **zadovoljstvo i ispunjena očekivanja** stvaraju **emocionalni afinitet prema brendu**, robnoj marki, a rezultat je visoka lojalnost kupaca-potrošača.

Praćenjem trendova i adekvatnom primjenom novih tehnologija moguće je premašiti očekivanja kupaca-potrošača i izazvati osmijeh na njihovim licima. A kad se to jednom uspije, takvo ponašanje postaje norma koja osigurava uspjeh tvrtki.

Efikasno upravljanje modernom tehnologijom

Društvo u cijelini prožeto je multimedijom do te mjere da se mijenjaju interakcije među ljudima, komuniciramo putem društvenih mreža, "lajkanjem" izraža-

vamo (ne)slaganje, a privatnost dobiva sasvim drugu dimenziju, pa sve više dolazi do izražaja „internet of things“. Pojam „internet of things“ označava sve uređaje iz naše svakodnevne okoline koji se povezuju i čija **virtualna reprezentacija** sliči na strukturu interneta. Dakle, on označava sve one uređaje koje je moguće povezati u mrežu s drugim uređajima i čijim je podacima moguće pristupiti putem mreže, pri čemu se to ne odnosi na osobna računala, pametne telefone i tablet računala.

Što znači, ako se potrošačev frižider ili pećnica ili možda svjetiljka mogu umrežiti s drugim računalima i ukoliko se njima može upravljati putem mreže, ili se s njih mogu pročitati neki podaci, onda tako povezane uređaje definiramo kao *internet of things*. Sustina ove tehnologije je **povezivanje svih mogućih uređaja** iz

kupčeve-potrošačeve svakodnevne okoline. Složenost ovih uređaja može se kretati od jednostavnih senzora do složenih uređaja povezanih u funkcionalnu cjelinu koja se tada svijetu predstavlja kao jedna logistička cjelina. Tu se postavlja pitanje kako se u komunikaciji tvrtka-kupac-potrošač, dakle u maloprodaji, može ova tehnologija iskoristiti i na koje segmente će imati najveći utjecaj.

Prema mišljenjima i stavovima stručnjaka dva su osnovna područja u kojima će ova tehnologija imati najviše utjecaja: **optimizacija i racionalizacija poslovnih procesa te poznavanje kupaca-potrošača**. U trenutku kada svi proizvodi, robe budu obilježeni radio identifikacijskim oznakama (RFID) te korištenjem jednostavnih senzora na policama u trgovini i u skladištu, koji su povezani sa središnjim **sustavom**

za upravljanje poslovnim procesima, bit će moguće u svakom trenutku znati točno raspoloživu količinu pojedinog proizvoda-brenda. Podaci o raspoloživom broju proizvoda-artikala i o njihovom roku trajanja, mogu se u takvom okruženju iskoristiti za dinamičko formiranje cijena koje se odmah prikazuju na digitalnim panelima na policama. **Dinamičko formiranje cijena** omogućuje da se svi artikli prodaju do svog roka trajanja te na taj način minimizira generiranje otpada i racionalizira poslovanje maloprodajnog mjesto. No, isti set uređaja može se koristi i za druga poboljšanja, od boljeg upravljanja skladištem do ubrzanja i automatizacije procesa naplate na automatskim blagajnama. Ova tehnologija će ostvariti značajan utjecaj na odnose s kupcima. Svakim danom sve veći broj

Vip ima sve!

Vip Trio paketi 3 mjeseca bez naknade

Vip usluge savršeno pristaju u svaki dom. Odaberite digitalnu televiziju nove generacije s uključenom Snimalicom, neograničeni internet i fiksni telefon u Vip Trio paketu i prva 3 mjeseca promotivnog razdoblja ne plaćate mjesecnu naknadu. Kombinirajte Vip Trio S paket s mobilnom tarifom Bez granica i ostvarite uštedu od 1.947 kn u 2 godine. Iskoristite priliku sada i uzmite vrhunski tablet uređaj na rate.



**Vip MediaPad
7 Lite**
uz Vip Trio pakete

9 kn/mj.



Više detalja saznajte na www.vipnet.hr ili 0800 091 091.

Zagrlji život

vip