

“Door slimheid te verbinden is de stap naar smart home klein”

31-10-2021 11:44



Welke ontwikkelingen spelen bij smart home?

“Bij smart home denken veel mensen dat je apparaten met één app kunt bedienen”, trapt De Jong af. “Maar dat is niet nodig, een slim huis neemt namelijk heel veel functies en taken van je over. Momenteel zijn de systemen nog relatief dom, waardoor deze ingeregeld moeten worden. Maar dat gaat straks veranderen. Overigens heb ik moeite met de term Internet of Things. Het draait daarbij om ontwikkelingen met de techniek, terwijl het geen things maar mensen zijn. Een slim huis met verbonden apparaten zorgt ervoor dat je niet meer na hoeft te denken. Smart home zorgt namelijk ervoor dat je intuïtief kunt leven, waarbij je zelf je eigen leven inregelt.”

“Bij algemene en technische ontwikkelingen vormt voice een belangrijk element. Deed je eerst de bediening met je vingers, nu doe je dat met je stem. Straks wordt dat aangevuld met besturing met handgebaren, waarbij je met je omgeving kunt communiceren door de artificial intelligence (AI) die daarachter zit. In een moderne auto kun je het gemak van spraak en beweging nu al ervaren. Er is daarnaast een drive vanuit bedrijven om slimme speakers in huishoudens te krijgen”, vervolgt Buskop. “Daar is de laatste jaren veel in geïnvesteerd, bijvoorbeeld met een chatbot door retailers. Maar dan moet er wel een device zijn om mee te praten. En daar zit een groot belang. Dat blijkt bijvoorbeeld uit een promo van Samsung die bij hun flagship S21 smartphone de Google Home speaker gratis weggeeft. Is die slimme speaker eenmaal in huis, dan is de verwachting dat een toepassing volgt. Want door slimheid te verbinden, is de stap naar smart een heel kleine stap.”

Hoe kan smart home je leven verrijken? Kunnen jullie voorbeelden geven?

De Jong: "Neem de slimme Philips Hue lamp. Die geeft comfort, waardoor iemand langer zelfstandig thuis kan blijven wonen. Voor je veiligheid koppel je een buitencamera aan zo'n slimme lamp. Is er beweging rond het huis? Dan gaan de lampen aan en uit of veranderen ze van kleur. Dat is technologie die je leven verrijkt. Overigens hoeft dat niet altijd samen te werken met multimedia." Buskop ziet dat mensen vaak met één toepassing starten, zoals een slimme speaker, waarna ze verder gaan kijken wat nog meer mogelijk is. "Dat is de smart start. Kijk je naar de adoptiecurve, dan gaat de adoptie van nieuwe technologie eerst langzaam, waarna deze versneld toeneemt. Deze logica geldt ook voor smart home, want zodra je ervaart dat dit je leven verrijkt, gaat de adoptie nog sneller."

"Websites die momenteel smart-home verkopen zijn geen emotieverkopers"

Hoe belangrijk is online vindbaarheid bij smart home?

"Als je een speler wilt zijn in smart home concepten, dan moet je online vindbaar zijn", zegt Buskop. "Communicatie is daarbij belangrijk, maar dat gaat veel breder dan online vindbaarheid alleen." De Jong is kritisch: "Alle websites die momenteel smart home verkopen zijn geen emotieverkopers, het draait alleen maar om producten. Je moet consumenten juist inspireren, zorgen dat je ze in de winkel gaat krijgen. Overigens is mijn ervaring dat je on site het meest succesvol bent, dus aan de keukentafel van een consument. Een lamp in de winkel van 180 euro is duur, maar sfeer adviseren aan een keukentafel levert al gauw tweeduizend euro omzet op."

Hoe kijken jullie naar toekomstige machtsverhoudingen? Welke kansen zijn er voor de dhz-branchen?

"Een paar jaar geleden was smart home misschien nog iets te vroeg, maar nu krijgt het momentum", is De Jong overtuigd. "Ik zie dat smart home merken erg interessant voor dhz zijn. Zo levert Apple bijvoorbeeld alleen plug-and-play producten, maar geen opzetschakelaars. Terwijl je in bouwmarkten nu al kabels en complete oplossingen vindt. Daarmee heb je meer stabiliteit en dus veiligheid in je netwerk. Het gaat om de smart home toepassingen die je niet ziet, maar waarvan je het nut wel merkt. Misschien nog niet overal draadloos, maar wel naadloos. En alles draait op een netwerk." Buskop: "Wij geloven dat nieuwe toetreders de komende jaren zullen groeien vanwege hun specialiteit. Maar het is voor de consument niet duidelijkheid waar ze terecht kunnen. En daar ligt een grote kans: dhz zit aan het begin van de journey. Het is de plek waar mensen komen als ze hun huis gaan verbouwen en verbeteren. En dus de plek waar ze geïnspireerd moeten worden voor smart home..."

"Over vijf jaar hebben we smart home omarmd. Over tien jaar artificial intelligence."

Welk advies heb je voor de dhz-branchen als zij smart home willen omarmen?

Buskop: "De dhz-branchen zit in de fase van de aanschaf, met klussers, verhuizers en nieuwbouwkopers. Dat is de doelgroep voor smart home: iedereen met een dak boven het hoofd. De branchen moet de latente vraag die er is omarmen met het drieluik advies, presentatie en communicatie. Begeleid mensen bij het maken van een juiste keuze. Dat geeft onderscheidend vermogen. Momenteel is er niemand in de markt die het zo ingericht heeft, daar liggen enorme kansen. Als aanbieder kun je uiteraard ook denken aan een abonnementsstructuur, dus smart home als een service waarbij je 365 dagen ondersteuning krijgt. Bijvoorbeeld twee keer per jaar een gezondheidscheck van je systeem, de zekerheid van veiligheid en waarbij aanbieders de kans krijgen om toepassingen te stapelen. Voor een bepaald bedrag wordt de hardware vernieuwd, omdat de technische levensduur is verlopen. Dat kan natuurlijk ook een eenmalig bedrag zijn, als een consument dat wenst."

“Naast apparaten, wordt de software belangrijk”, zegt Buskop. “Een koelkast is gratis, het draait om het bijvullen van de inhoud. Daarvan moet je zorgen dat je de leverancier wordt.” De Jong vult aan: “Hornbach heeft al een smart home hub. Daarmee kunnen ze data verzamelen en gebruikers een gericht aanbod doen.” Hij waarschuwt: “Maar voordat je die game ingaat, moet je jezelf afvragen of je een technisch bedrijf bent. En neem je de beslissing om erin te stappen? Zo ja, dan moet je ermee door blijven gaan. Er is geen weg terug.”

De Jong sluit af: “Wij mensen moeten meeshiften met op intelligentie gebaseerde technologie. Het verleden loslaten, juist de toekomst biedt ons houvast. Iedere generatie krijgt steeds meer technologie erbij en deze is instant beschikbaar. Daarbij draait het niet alleen om techniek, maar om oplossingen. Het draait niet om de lampen, maar om de sfeer.”

Over Smart&Happy

Zelf noemen Rudirick de Jong en Manuel Buskop smart&happy een filosofie. “We zijn ‘op pad’ om opkomende technologieën in te zetten om het gevoel van ultiem geluk te vergroten. Daarbij inspireren we mensen om een slimme manier van leven te omarmen en om dagelijks gemak te vergroten met innovatieve concepten om zo uiteindelijk gelukkiger te leven. Het draait om de vraag achter technologie. Via smart naar happy dus”, aldus Buskop. “We kijken niet naar de verschillende platformen, maar richten ons alleen op spraak. Dat gaat de driver worden bij smart home. Met smart&happy zitten we bij zowel merken als retailers aan tafel om te inspireren, te informeren en om bij hun smart home strategieën op het juiste spoor te zetten.”

Redactie