

# JBC test winkel van de toekomst in Hasselt

Sensoren die klanten volgen of een pienter pashok. De kledingketen JBC test dergelijke snufjes uit op de Hasseltse techcampus Corda. 'We profiteren van de vele start-ups die hier zitten.'

**JENS CARDINAELS,**  
HASSELT

De Belgische kledingketen JBC heeft een testwinkel geopend waarin ze allerlei digitale snufjes kan testen. Het is de bedoeling dat die in de winkels worden ingevoerd. JBC laat zich bijstaan door de bekende technologie-expert Jo Caudron van de consultant Duval Union.

De winkel bevindt zich in een van de hallen van Corda Campus, een bedrijventerrein in het noorden van Hasselt waar tientallen start-ups gehuisvest zijn. 'Dit is geen echte

winkel, maar een labo', zegt Lode Van Laere, de verkoopsdirecteur van JBC. 'Het is veel makkelijker om hier technologie te testen dan in onze winkels. Pas als hier alles werkt en succesvol is, kunnen we de snufjes naar de winkel brengen.'

Wanneer we in de winkel halt houden bij een reclamescherm verdwijnt de affiche met een jonge vrouw en verschijnt reclame met kleding voor jonge mannen. Dat is geen toeval. 'Het scherm herkent wie ervoor staat: man of vrouw, jong of oud. In functie daarvan verschijnt een toepasselijke affiche', zegt Van Laere.

Vlakbij hangt een ander scherm, met daarop gedetailleerde info over hoeveel volk er op welk tijdstip in de winkel was. Er is ook op te zien waar mensen blijven staan en waar ze snel voorbij lopen. 'Met die info

---

**Deze campus zit vol  
technologieliefhebbers.  
We ontdekken hier wat  
de klant van morgen wil.**

---

**TECHNOLOGIEDIRECTEUR JBC  
LODE VAN LAERE**

---

kunnen we onze winkels beter inrichten', zegt Van Laere. 'Gaan we de sensoren op termijn in elke winkel hangen? Of in winkels die we willen verbouwen? Dat zullen we bekijken na testen in dit labo.'

We stuiten ook op een 'pienter pashok', waar een reuzetablet het onder andere mogelijk maakt een verkoper het signaal te geven een andere maat te brengen. Zo iets hebben we twee jaar geleden al eens

gezien bij een andere keten. Dat project stierf een stille dood. 'Het klopt dat zulke snufjes niet altijd een succes blijken', zegt Caudron. 'Ketens worden overstelpt met digitale ideeën en beginnen soms zonder echte visie te experimenteren in hun winkels. Door hier meer gefocust te werk te gaan kan JBC de technologie eerst uitgebreid testen en finetunen vooraleer ze uit te rollen. Missers worden sneller ontmaskerd, wat geld kan uitsparen.'

Omdat het labo op de Corda-campus ligt, kan JBC makkelijker digitale experts aantrekken. 'Deze plek maakt van ons een aantrekkelijkere werkgever', zegt Van Laere. 'Bovendien zitten we hier tussen tientallen relevante start-ups. De mensen die hier rondlopen houden van technologie. Bij hen kunnen we ontdekken wat de klant van morgen wil.'