

WiFi4Rent brengt slimme ICT-diensten naar evenementen

Naast een WiFi-netwerk levert WiFi4Rent ook realtime-informatievoorziening en faciliteert het diensten als cashless betalen, belevingsmeters en slimme oplaadkluisen. “Er is veel concurrentie, en evenementen moeten zich onderscheiden”, aldus directeur Herman van den Dungen. “Ik wil organisaties helpen het verschil te maken.”

DOOR: INGMAR GRIFFIOEN

WiFi4Rent presenteert zich als bedrijf dat een serieuze IT-business het veld op brengt. Directeur Herman van den Dungen: “Ik kan weinig doen aan de rij wachtenden bij de toiletten, maar ik kan het wachten wel aangenamer maken met een goed WiFi-netwerk. Serieuze organisatoren zien steeds meer in dat ICT een essentieel onderdeel is van het evenement. Je kunt niet meer werken zonder een ICT-infrastructuur, zonder gebruik te maken van moderne mogelijkheden als cashless en realtime data.”

Overstap naar cashless

“Realtime-informatie tot je nemen en aan de hand daarvan besluiten nemen: onlinebedrijven doen niet anders dan kijken naar wat wel of niet loopt en waar, en passen het product meteen aan. Dat wil ik ook meer naar het evenement brengen”, aldus Van den Dungen.

Zo kan WiFi4Rent door samenwerkingen cashless-systemen aanbieden, feitelijk een gesloten kassasysteem dat inzicht verschaft in je consumptiestromen. “Organisaties zijn nog een beetje huiverig voor cashless. Munten lijken lucratiever. Een overstap naar cashless wordt nog onderschat. Los van het operationele inzicht bij de verschillende bars zijn er ook nog de schat aan data, vooruitbetaalde omzet, nieuwe businessmodellen en – misschien wel de belangrijkste – de ervaring van de bezoeker, die zwaar wegen om een overstap te maken.”

Volgens Herman staat het cashless-systeem nog in de kinderschoenen. “Er zijn wel serieuze partijen mee bezig, maar het wordt nog te weinig toegepast. Omdat het nog steeds gezien wordt als kostenverhogend en niet als essentiële managementinformatie voor een serieuze business.”

Metten is weten

De directeur legt een andere ontwikkeling uit: hoe dataspecialisten met intelligente technologie social media-gebruik kunnen analyseren. “Dat kan van grote waarde zijn. Bedrijven als bol.com en KLM hebben een immense doelgroep. Je kunt niet handmatig alle berichten van ieder individu doornemen en bepalen wat ze van je merk vinden. Maar door de inzet van data science kan dat wel. Volledig geautomatiseerd en realtime. Die intelligentie kun je ook naar je evenement halen. In een overzichtelijk ‘dashboard’ zie je in een oogopslag hoe enthousiast bezoekers zijn over een evenement, artiest of welk onderwerp dan

‘Ik kan weinig doen aan de rij bij de toiletten, maar ik kan het wachten wel aangenamer maken met goede WiFi’

Herman van den Dungen, directeur WiFi4Rent

ook. Wij werken samen met een partij die deze emoties kan peilen en visualiseren. Die technologie is een grote toegevoegde waarde met tal van toepassingsmogelijkheden: van interactie met het publiek tot marketinginzichten en risicomanagement.”

Slimme laadkluis

“Tegenwoordig is de piramide van Maslow uitgebreid met de categorie WiFi en ‘Ik heb stroom nodig’, want de accu-ontwikkeling heeft stilgestaan voor mobieltjes. Ik wil op evenementen een slimme laadkluis inzetten, waar je mobieltje achter slot en grendel oplaadt. Slim, want je ziet op het scherm hoelang het duurt en daarnaast is er ruimte voor narrowcasting, dus ook hier realtime-informatie. Dat vereist een onderliggende infrastructuur, en daar zijn we in gespecialiseerd. Ik richt me op de achterkant, de bedrijfsmatige kant. Omdat ik denk dat daar het grootste voordeel te behalen is, waarmee je onderscheidend kunt zijn in de overvloed aan festivals. Ik heb geen invloed op de programmering, maar kijk hoe efficiënt en innovatief je kunt zijn op alle andere vlakken, en dat kan wel je kaartverkoop en catering beïnvloeden.

WiFi4rent wil een bijdrage leveren aan het businessmodel door te helpen het maximale uit ICT-diensten te halen. Dat is mijn toegevoegde waarde.” ■

