

Mobshoppen

09-03-2007 00:00

In Japan worden de mobiele telefoons in rap tempo multifunctioneler. De telefoon als identiteitsbewijs, als credit card, treinpas, instapkaart voor een vliegreis, gameconsole, tv, mp3-speler en ga zo maar door. Een interessante ontwikkeling voor de retailmarkt.

Met de osaifu keitai heb ik veel meer rust. Wanneer ik nu langs een winkel loop en iets zie dat ik wil hebben, hoef ik niet bang te zijn dat ik onvoldoende geld bij me heb." Noriko, een Japanse vrouw van 42, gebruikt haar mobiele telefoon allang niet meer alleen voor het plegen van telefoontjes of het lezen van emails. Ze gebruikt haar telefoon ook als credit card. Niemand die daar gek van opkijkt in Japan, waar de mobiele telefoon wordt ingezet als 'persoonlijke alleskunner'. Neem de mobiel die, dankzij GPS, dienst doet als trackingsysteem waarmee kleine, schoolgaande kinderen door hun ouders gevolgd kunnen worden. Of de mobiel als boek die je onderweg kunt lezen of als middel waarmee je je eigen roman schrijft en vervolgens online publiceert. En dan is er nog de telefoon als deel van het mobile social network waar lotgenoten informatie uitwisselen. Een recent initiatief is Mamasa, een site waar (aanstaande) moeders ervaringen kunnen uitwisselen over zwangerschap, opvoeding en kinderen. Mamasa is een initiatief van Kimuratan, aanbieder van baby en kinderkleding en Xavel Inc, exploitant van onder meer de grootste mobiele telefoonsite in Japan, Girlswalker.com. Beide partijen hopen met Mamasa een database op te bouwen van zo'n 680 duizend gebruikers.

Het gehele artikel is te lezen in het maartnummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#)

U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl