

Hermès voegt gamification toe aan app

11-08-2014 00:00

Shoppers maken met een app van Hermès via games, animaties en cartoons kennis met de stropdassencollectie van het modehuis. Gebruikers kunnen met Tie Break bijvoorbeeld stropdasontwerpen vrijspelen.

Daarnaast toont Hermès zijn klanten op verschillende manieren hoe stropdassen gestrikt en afgestemd kunnen worden op outfits. Ook kunnen shoppers zien hoe het ontwerpproces van stropdassen bij Hermès in elkaar steekt.

De applicatie biedt consumenten hiermee meer dan een overzicht van zijn aanbod, zegt marketingdirector Shuli Lowy van marketingbureau Ping Mobile. "Het is een meeslepende ervaring. Dat is wat een luxelabel onderscheidt van een regulier merk." Consumenten betalen volgens haar extra voor een luxe product omdat ze het gevoel hebben van iets bijzonders deel uit te maken. "Marketeers van luxelabels moeten dat communiceren, zodat de Tie Break-app doet."