

Ahold draait proef in virtuele supermarkt

23-10-2014 11:51

Ahold maakt in de Verenigde Staten gebruik van virtuele supermarkten om marketing en merchandising te testen. Daardoor wordt de exploitatie van fysieke winkels niet langer verstoord. Dat heeft directeur categorymanagement insights Ed Sheedy laten weten tijdens de Shopper Marketing Conference & Expo in Minneapolis.

Ahold USA maakt gebruik van een online en interactieve 3D-tool van ontwikkelaar InContext Solutions. Die laat retailers en fabrikanten een concept visualiseren zonder tijd kwijt te raken aan de fysieke uitwerking daarvan. "We kunnen tests effectiever uitvoeren in een gecontroleerde omgeving", aldus Sheedy.

Met de tool kunnen 3D-afbeeldingen en video's ontwikkeld worden om bijvoorbeeld veranderingen in het schappenplan te communiceren. Gebruikers kunnen de gehele winkel zien, tot en met alle hoeken van een individueel product. Daarnaast is de technologie voorzien van heatmaps die laten zien welke inrichting het meest effectief is.

Sheedy was in eerste instantie terughoudend over de tool. "Maar toen begon ik de potentie te zien van wat we met virtuele supermarkten kunnen doen." Recent werkte het Nederlandse retailconcern samen met Kellogg's om de tool te testen voor mueslirepen, fruitsnacks en andere snacks van de producent.