

Tools & Tech: Miraview

30-10-2014 15:17

Miraview is een marketingtool die retailers kan helpen klanten te lokken. Shoppers krijgen in een fysieke winkelomgeving content voorgeschoteld op HD-beeldschermen. Deze screens zijn uitgerust met camera's die een snapshot maken van de persoon die ervoor staat. "De visuele karakteristieken van de shopper worden geanalyseerd en op basis daarvan krijgt hij relevante content te zien", vertelt ceo Bratzo Zivadinovic. Dat kunnen zowel producten als promoties zijn. De snapshots worden niet opgeslagen.

De schermen kunnen in de winkel worden geplaatst, maar ook op de etalage worden bevestigd. Wanneer er meerdere shoppers langs lopen, analyseert de camera alleen degene die naar het scherm kijkt. Bij wijze van pilot is Stadshart Amstelveen voorzien van de schermen. Ook fashionretailer MenatWork maakt in zijn Utrechtse winkel gebruik van de technologie.

De voorlopige reacties van zowel consumenten als retailers zijn positief, aldus Zivadinovic. Het tonen van relevante content zorgt volgens hem voor meer engagement. "Retailers zien dat klanten meer producten bekijken. Ze blijven daarnaast langer in de winkel en spenderen meer."

Met name shoppers van rond de achttien jaar begrijpen meteen hoe de schermen werken. "En kinderen proberen te swipen op het scherm." Miraview werkt aan touchscreens, waardoor swipen mogelijk is. "Of een retailer daarvoor kiest hangt af van de plek waar het screen komt en wat de wensen van de winkelier zijn."