Drie retailapps: Thanx, RetailMeNot en Secret Scan-ta

27-11-2014 15:17

Met de opkomst van m-commerce schieten ook apps als paddenstoelen uit de grond. Retailers houden het vaak niet bij één mobiele applicatie, terwijl niet-retailers toepassingen introduceren die niet zouden misstaan bij grote winkelketens. RetailWatching geeft wekelijks een overzicht van drie apps die meer dan de moeite waard zijn.

En bedankt
Irritant, al die klantenkaarten in een uitpuilende portemonnee. Thanx vindt dat ook en komt daarom met één app waarin shoppers al hun punten kunnen verzamelen. Consumenten registreren hiervoor hun creditcard- of betaalkaartnummer op het platform. Zodra ze afrekenen bij een partnerstore van Thanx worden de verdiende loyaliteitspunten op dat account gezet.

Wie wil weten hoeveel punten er inmiddels gespaard zijn en hoeveel geld er waar ook alweer is uitgegeven, kijkt gewoon in de app. Het fijne voor retailers is dat ze geen nieuwe software of apparatuur hoeven aan te schaffen. Bovendien hebben ze via een analysetool inzicht in het aankoopgedrag van hun klanten. Handig. Thanks Thanx!

RetailMeNot
Het couponplatform RetailMeNot heeft zijn app uitgebreid met locatievoorziening. Shoppers kunnen op een kaart zien hoe dicht ze in de buurt zijn van een aanbieding. Het is niet toevallig dat de functionaliteit vlak voor de feestdagen is geïntegreerd, aldus senior vicepresident Jag Bath. “Hiermee wordt het nog makkelijk voor consumenten om korting te vinden in winkels waar ze graag komen.”

Een shopper die zijn app raadpleegt op Time Square in New York vindt bijvoorbeeld 209 instore aanbiedingen in restaurants of winkels binnen een straal van acht kilometer. Gelukkig heeft RetailMeNot ook een functionaliteit om te voorkomen dat shoppers verdwalen in dat woud van koopjes. Met de eveneens nieuwe features ‘Just for you’, ‘Our Best’ en ‘Popular’ wordt het kaf van het koren gescheiden.

Tesco en zijn geheime Kerstman
In aanloop naar de feestdagen heeft Tesco de Secret Scan-ta-app (ja, zo heet ‘ie echt) gelanceerd. De functie is simpel: shoppers voeren een Twitterprofiel in, dat wordt gescand. Daaruit rolt een lijstje met cadeausuggesties. Deze wishlist is gebaseerd op de merken en personen die de consument volgt op het social media-kanaal. Uiteraard volgt een link naar de Tesco Clubcard-website waar de artikelen te koop zijn.

Intussen trekt Tesco van alles uit de kast om de Secret Scan-ta-app te promoten. Elke week krijgen vijf verschillende shoppers vijfduizend Clubcard-punten die ze kunnen spenderen. En als clubcardleden hun tegoedbonnen inwisselen bij aankopen in de app, wordt de waarde van de bonnen verdubbeld. De Secret Scan-ta-app is tot en met de kerstdagen te gebruiken.