

Drie retailapps: Yummly, Snap2Add en Coolblue

09-01-2015 00:00

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.

Dinner-on-Demand

Yummly is een populair platform voor recepten uit Amerika, met zelfs een Nederlandstalige website. Het platform beschikte al langer over een eigen app, maar producten daadwerkelijk bestellen was daar niet bij. Terwijl Albert Heijn weet hoe handig het is als de Appie-app-gebruiker zijn zuurkoolschotel of komkommersalade direct bij de supermarktketen kan bestellen. Dus zocht Yummly de samenwerking met Instacart, ook wel bekend als de 'Uber van de boodschappen'.



De ingrediënten van elk recept zijn nu direct bij deze startup te bestellen. Zijn medewerkers gaan voor de hongerige gebruiker naar de winkel om de boodschappen te verzamelen en brengen die vervolgens voor etenstijd naar het gewenste adres. De enige voorwaarde is dat het huis in één van de vijftien Amerikaanse geselecteerde steden als Los Angeles, New York en Washington staat.

Snap2Add

Gebruikers van Yummly die de ingrediënten al in huis hebben, maar niet in de juiste hoeveelheid, kunnen eenvoudig boodschappen doen via Shopper. Deze gratis boodschappenapp laat hen namelijk foto's maken van de producten in huis, om die vervolgens aan de winkelwagen toe te voegen. Beeldherkenning werd al veelvuldig gebruikt in de modebranche, maar heeft zo ook zijn weg gevonden naar de foodretail. Snap2Add, noemt Shopper het.

De technologie is afkomstig van het Canadese Slyce, dat eerder al beeldherkenning implementeerde bij Neimann Marcus. Shopper heeft inmiddels bijna twee miljoen gebruikers. De boodschappen worden gedaan bij grote namen als Best Buy, Target en Walmart.

Appen met Hugo

Niets is voor consumenten zo vervelend als in de wacht staan bij de telefooncentrale. Klanten en service rijmen daar niet of nauwelijks. Daarom proberen steeds meer consumenten het via social media, waar ze vaak gratis en snel antwoord krijgen van de retailer. Coolblue werd in het verleden al eens uitgeroepen tot de beste retailer in social media en is van plan om die eer ook in 2015 toegewezen te krijgen. De multichannel retailer heeft namelijk een nieuwe dienst in het leven geroepen, waarvoor naar de populaire chatapplicatie WhatsApp gegrepen wordt.

Klanten kunnen nu ook appen met Hugo, laat Coolblue woensdag weten. Hugo is één van de productspecialisten van de klantenservice van Coolblue. Voor een korte vraag is WhatsApp volgens hem 'ontzettend handig'. "Hulp nodig bij een instelling van je laptop? Maak een foto of korte video met je telefoon, stuur 'm door en ik kan je nóg beter helpen." Hugo en zijn collega's zijn iedere dag tot middernacht te bereiken. Tijdens de eerste test is de dienst alleen beschikbaar voor vragenstellers op Twitter en Facebook, die de keuze krijgen om het gesprek via WhatsApp te vervolgen.