

De slimme mat van Uggs

12-01-2015 10:44

Schoenenmerk Uggs test op twee locaties in de Verenigde Staten de inzet van RFID om de betrokkenheid van klanten en beleving in de winkel te vergroten.

Consumenten kunnen met hun Uggs op een slimme mat staan als zij meer informatie over het product willen. Het bijbehorende scherm wordt via RFID geactiveerd. Consumenten krijgen daar een overzicht met bijpassende productopties en kunnen een video met stijladvies bekijken. Tevens hebben ze de mogelijkheid om zichzelf een sms of e-mail te zenden met de productlink, om de schoenen op een later stadium aan te schaffen. Daarnaast brengen de schermen het online aanbod van het merk naar de winkelvloer.

De software van Demandware wordt op het NRF-congres in New York vertoond. Retail Week laat zien hoe het werkt.