

Drie retailapps: Our Story, Walgreens en Moncler

16-01-2015 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.

Snapchat Our Story

Via de applicatie Snapchat kunnen gebruikers elkaar content sturen, die tijdelijk zichtbaar is. Dat biedt kansen vanuit een marketingoogpunt. [Amazon](#) zette het sociale platform vorig jaar in om shoppers aanbiedingen te sturen die tien seconden geldig waren. Consumenten zijn nu eenmaal gevoelig voor dat gevoel van een tijdelijke kans.

SnapChat beschikt tegenwoordig over de functionaliteit Our Story, die marketeers slim kunnen benutten rond een event, als een winkelopening of fashionshow. Met de feature kunnen Snapchat-gebruikers die op dezelfde plek zijn foto's en video's uploaden die iedereen kan zien. Consumenten die niet aanwezig zijn kunnen de content zien en ervaren als ze zich abonneren op het account van het event. Daarmee ontstaat een gevoel van saamhorigheid, van een doelgroep die hetzelfde verhaal deelt.

En hoe voelen we ons vandaag?

Drogisterijketen Walgreens heeft een app gelanceerd waarin het gedrag van consumenten wordt gevolgd. Met de zogenoemde Your Digital Health Advisor kunnen klanten doelen formuleren die passen bij een gezonde levensstijl. Wie zijn doelen haalt, krijgt punten die korting op producten van Walgreens opleveren.

Het coachingsprogramma is ook nog gekoppeld aan een platform dat gebruikers in staat stelt biologische data te uploaden van bijvoorbeeld een glucosemeter. Op basis van die content ontvangen consumenten persoonlijk advies en inspirerende content die moet aansluiten op hun situatie.

Sneeuwstorm

Met de nieuwe applicatie The Snow Experience van outdoorlabel Moncler kunnen klanten hun eigen digitale sneeuwbuï maken en zichzelf daarin vastleggen met foto's. Die zijn uiteraard te delen via social media. De app is verder voorzien van een wereldwijde buienradar voor sneeuw, zodat consumenten kunnen kijken 'wat de beste Moncler-bergen zijn om te gaan skiën'.

Volgens kenners is de app vooral een campagne om shoppers bewust te maken van de producten, zodat ze die associëren met koud weer. Of The Snow Experience-app een lang leven is beschoren of dat consumenten er na één keer op uitgekeken zijn, zal de tijd uitwijzen. Moncler zorgt met The Snow Experience-app in elk geval op speelse wijze voor interactie met zijn klanten.

TAKE A PICTURE



PHOTO MAP



SNOW TRACKER



SNOW EXPERIENCE

It's always snowing somewhere
Enjoy the snow wherever you are with Moncler



START NOW