

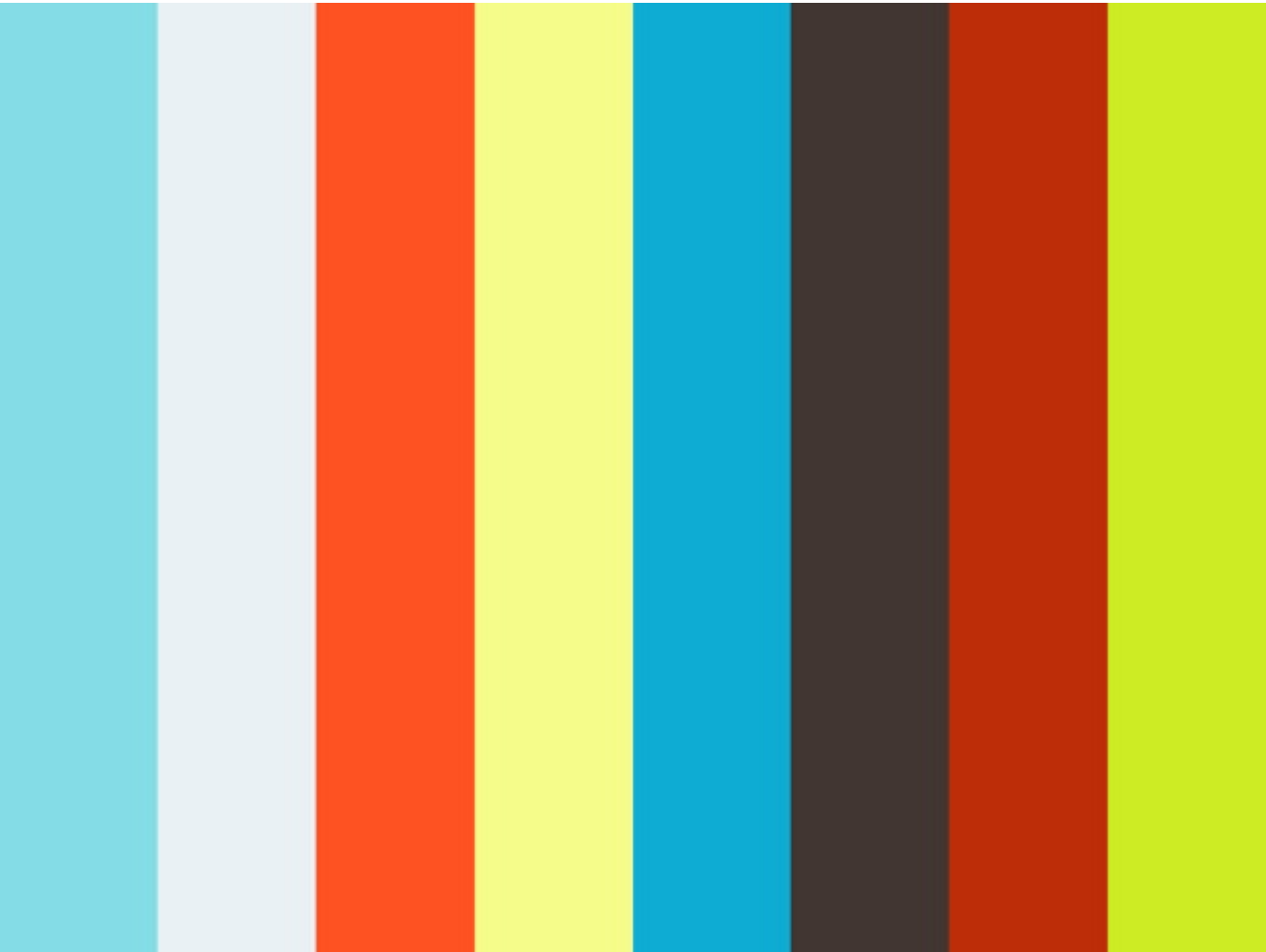
Drie retailapps: M&S, Target en een virtuele vlooiemarkt

06-02-2015 10:27

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. Deze week apps van Givvit, Wirkn en Depop.

Social Treating

De populariteit van e-mail en social media heeft er volgens Givvit voor gezorgd dat steeds minder mensen hun gedachten en gevoelens op een persoonlijke manier weten te uiten naar bijvoorbeeld vrienden, familie en collega's. Zijn 'Social-Treating'-app moet daar verandering in brengen. Daarmee kunnen gebruikers eenvoudig een klein cadeautje, zoals een kop koffie, aanschaffen en direct naar de juiste persoon sturen. Die ontvangt op zijn beurt een voucher om de kop koffie bij de juiste retailer af te halen.



Eén van die retailers is Marks & Spencers. Het Britse retailicoon is de samenwerking aangegaan met Givvit voor de verkoop van bijvoorbeeld bloemen, chocolade en beautyproducten. Andere partners zijn onder meer Caffè Nero, Pizza Express en bioscoopketen Picturehouse Cinemas.

Target

Target schrapt al zijn Canadese vestigingen en dat gaat ten koste van zo'n zeventienduizend banen. Ter

vergelijking: een faillissement van V&D maakt elfduizend mensen werkloos. De Canadese startup Wirkn probeert van de exit van Target te profiteren door zijn medewerkers te garanderen dat ze binnen negentig dagen na hun laatste loonstrook een nieuwe baan hebben.

Het personeel kan via het gps-signaal van hun telefoon eenvoudig relevante banen in de omgeving vinden en via een video hun sollicitatie indienen. Daardoor heeft de werkgever binnen no-time een pool van mogelijke kandidaten en hoeven de Target-medewerkers niet één voor één deze retailers af.

Virtuele vlooiemarkt

De app Depop laat zich het beste omschrijven als een kruising tussen Instagram en eBay. De Britse startup wordt dan ook vaak een virtuele vlooiemarkt genoemd. Gebruikers maken een foto van iets dat ze willen verkopen en plaatsen die direct online. Het grote verschil met onze eigen Marktplaats is dat het louter en alleen op de smartphone plaatsvindt. En dat geïnteresseerden eenvoudig kunnen chatten met de verkoper, om bijvoorbeeld over de prijs te onderhandelen. Bovenal speelt Depop in op het community-gevoel, door het makkelijk te maken iets te delen via social media, accounts van vrienden te volgen en hun producten te liken of becommentariëren. Precies zoals op Instagram dus.

De app heeft nu acht miljoen dollar opgehaald om uit te breiden naar de Verenigde Staten. In het Verenigd Koninkrijk is Depop inmiddels 1,8 miljoen keer gedownload en dagelijks goed voor miljoenen 'nieuwe' producten.