

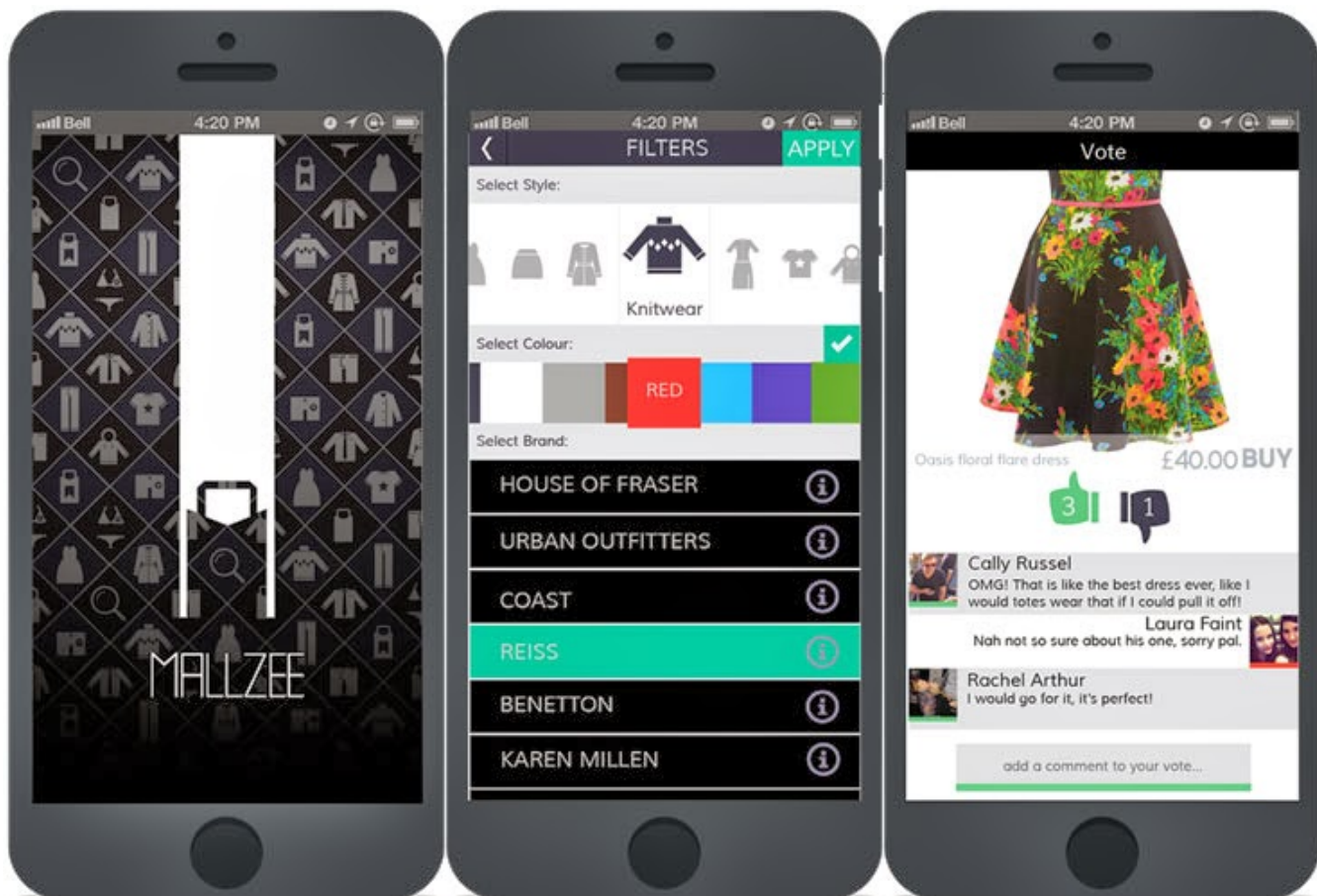
Drie retailapps: Home Depot, Mallzee en Domino's

20-02-2015 12:28

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 Mallzee, Home Depot en Domino's.

Mallzee

Je moet het maar durven. Als één van de vele 'mobiele start-ups' een bod van 75 duizend Britse pond (ruim honderdduizend euro) voor twintig procent van de aandelen naast je neerleggen. Alleen omdat je denkt dat de app zomaar eens op een miljoenenbusiness kan uitdraaien. De 27-jarige ondernemer Cally Russell deed het voor zijn app Mallzee, omdat hij niet zoveel belang van de hand wilde doen.



Mallzee geldt als de Tinder voor de fashionbranche. De app doet dienst als een personal shopper door een digitaal profiel van de gebruiker op te bouwen door hem allerlei outfits te laten zien, die hij moet beoordelen met een duim omhoog of omlaag. Het besluit van Russell om het bod naast zich neer te leggen lijkt op een gouden zet uit te draaien. De app kan inmiddels ruim twee miljoen outfits aanbevelen van meer dan honderd deelnemende retailers. Bovenal heeft de ontwikkelaar nu een exclusieve overeenkomst gesloten met Samsung voor het Verenigd Koninkrijk en Ierland, waardoor de app een prominente rol krijgt in de Samsung Galaxy App Store, de Galaxy Gifts en andere geschikte kanalen.

Home Depot

De Amerikaanse doe-het-zelfketen Home Depot beschikt al vijf jaar over een eigen smartphone voor zijn personeel. Destijds waren nog maar weinig retailer bezig met hun mobiele strategie, maar dat was voor Home Depot geen reden om zijn eigen 'First Phone' niet te introduceren. Nu de concurrentie massaal met eigen apps komt en QR-codes en beacons hebben geïntroduceerd, verdiende de smartphone van de retailer wel een update.



Het personeel kan de smartphone niet alleen gebruiken om te bellen, maar ook als walkietalkie en om de voorraad te checken. Daarnaast kunnen ze er producten mee opzoeken, analyses uitvoeren en afrekenen, om de wachttijden bij drukte te verminderen. Daarnaast kan het personeel klanten in de tuinafdeling buiten de winkels met de app in de gaten houden. De klant kan op zijn beurt The Home Depot-app op zijn smartphone installeren om te ontdekken waar producten te vinden zijn, aanbiedingen te ontvangen en met behulp van augmented reality te zien hoe een product bij hem thuis zou staan.

Rommelende maag

Domino's Pizza heeft een app ontwikkeld die het geluid van een rommelende maag omzet in persoonlijk advies om de honger te stillen. 'The Tummy Translator', noemt de pizzaketen het. Daarvoor maakt Domino's naar eigen zeggen gebruik van 'Gastro-Acoustic-Enterology', oftewel gastro-enterologie op basis van akoestische geluiden. De gebruiker hoeft voor zijn advies alleen maar zijn telefoon in de buurt van zijn buik te houden, waarna de app op basis van de vibraties en geluiden met een pizzavorstel komt. De helft van de online bestellingen bij de retailer komt binnen via de mobiel, weet digitale campagnemanager Rupal Patel. "The Tummy Translator is onze wijze om deze gebruikers op een grappige, unieke en gemakkelijke manier aan te spreken."