

Drie retailapps: Target, Pegas en weer Tinder

06-03-2015 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. Deze week apps van Pegas, Target en Grabble.

Pegas

In Roemenië fietsen ze niet op een Pegasus, maar op een Pegas. Het Roemeense fietsenmerk is in allerlei kleuren beschikbaar. Alle kleuren, beter gezegd. Pegas heeft namelijk een app gelanceerd die gebruikers in staat stelt een fiets te bestellen in de kleur die ze net daarvoor hebben gezien. Het enige wat ze daarvoor hoeven te doen is een foto maken en daarin via een pipet in de app aan te geven welke kleur ze wensen.

Of het nou dat ene blauwe plekje in de lucht is, de vervaagde grijze kleur van een parkeerplaats of het geel van hun eidooier: de gebruiker kan er een digitaal monster van nemen om te zien hoe het eruit ziet als kleur van zijn nieuwe fiets. De app Pegas Culoare Urbana laat ze ook door samples van andere gebruikers bladeren en, uiteraard, de fiets bestellen.

Redperks

Loyaliteitsprogramma's worden steeds vaker ook mobiel ingezet. Of zelfs speciaal voor deze draagbare apparaten ontwikkeld. Zoals het programma Redperks, dat de Amerikaanse retailer Target momenteel test. Daarbij kunnen gebruikers van de speciale app voor korting sparen door elke barcode na aankoop te scannen.

De klant krijgt tien punten voor elke dollar die hij heeft besteed. Wanneer de stand van vijfduizend punten is bereikt krijgt hij vijf procent korting op een volgende aankoop. "We zien Redperks als een nieuwe manier om via mobiele applicaties de winkelervaring te versterken", aldus een woordvoerder van Target. De Amerikanen kwamen niet voor niets al twee keer eerder voorbij in deze rubriek. Zo kunnen gebruikers van de boodschappenapp [Shopper](#) via beeldherkenning inkopen doen bij Target. Daarnaast kunnen Target-medewerkers in Canada, waar de retailer al zijn winkels gaat sluiten, via de app van [Wirkn](#) hun sollicitatie per video indienen bij relevante werkgevers in hun omgeving.

Grabble

Tinder heeft heel wat losgemaakt in retailland. De één na de andere 'Tinder-like' applicatie ziet het levenslicht. In ons eigen land kwam Sanoma met Swipe & Shop waarbij gebruikers door naar rechts te swipen een kledingstuk bewaren en door naar links te swipen een nieuw product te zien krijgen. [Mallzee](#) doet eigenlijk hetzelfde, terwijl Argos er een [Gift Finder](#) van maakte.

Grabble bestond al langer als online modeplatform, maar heeft zich dankzij de swipetechnologie opnieuw weten uit te vinden. Met een investering van 1,8 miljoen dollar wil de Britse etailer nu uitbreiden naar de Verenigde Staten en Azië. De huidige vijftigduizend gebruikers kunnen inmiddels uit 450 duizend items van tweeduizend retailers kiezen. Onder hen Urban Outfitters, Topshop, Zara en Uniqlo. Het verschil met de andere apps is volgens Grabble dat zij zich op de aankoopgerichte gebruiker focussen, met 'een van de hoogste conversiepercentages' tot gevolg.