

Drie retailapps: Dell, Fitbay en Beacon Village

24-04-2015 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 Fitbay, Dell en Asos.

Dell

'Niet meer met al je collega's in de rij staan voor de kassa in de bedrijfskantine, maar direct genieten van je lunch.' Zo prijst eMove.me zijn nieuwe app aan, die in samenwerking met Yes.Tap voor Dell is ontwikkeld. Voor zijn cateraar Van Laar Catering, beter gezegd. De 'Dell Cafe'-app kan zowel gebruikt worden om de lunch te bestellen, als af te rekenen. De app beschikt namelijk over een 'e-wallet', waar gebruikers tegoed in kunnen storten. Vooral handig nu de chipknip ook bij Dell niet langer werkt.

Fitbay

De Deense online modeverkoper Fitbay beschikt over een app waar de klant alleen nog maar passende kleding tegenkomt. Wanneer hij zich aanmeldt moet hij onder meer zijn gewicht, lichaamsvorm, leeftijd en andere zaken doorgeven. Vervolgens wordt hij gekoppeld aan andere gebruikers met dezelfde afmetingen.

De gebruikers plaatsen allemaal hun eigen – onbewerkte – foto's op het platform, van hun meest favoriete outfits. Fitbay laat bij alle items het merk en de maat zien. De database van Fitbay bevat miljoenen artikelen, waarvoor samengewerkt wordt met bestaande leveranciers en retailers als Topshop.

Voorschoten

Het grootste experiment met 'proximity marketing' in Nederland, noemt Beacon Valley het. Op Koningsdag start het technologiebedrijf in Voorschoten met de pilot Beacon Village, die tot medio september doorloopt. Daarbij struikelen inwoners van de gemeente niet langer over aanbiedingsborden, maar krijgen ze via de app EasyTapp relevantie informatie. Op maat.

De gebruiker kiest in deze 'multi-app' de categorieën die hem interesseren. EasyTapp toont per categorie een lijst met dagverse aanbiedingen, zodra de smartphone in de buurt (tot 75 meter) komt van een beacon. "Doel van de pilot is te ervaren hoe consumenten en ondernemers elkaar met onze technieken beter kunnen vinden", aldus directeur Marnix Beljaars.