

Drie retailapps: Retale, Malltip en Swarovski

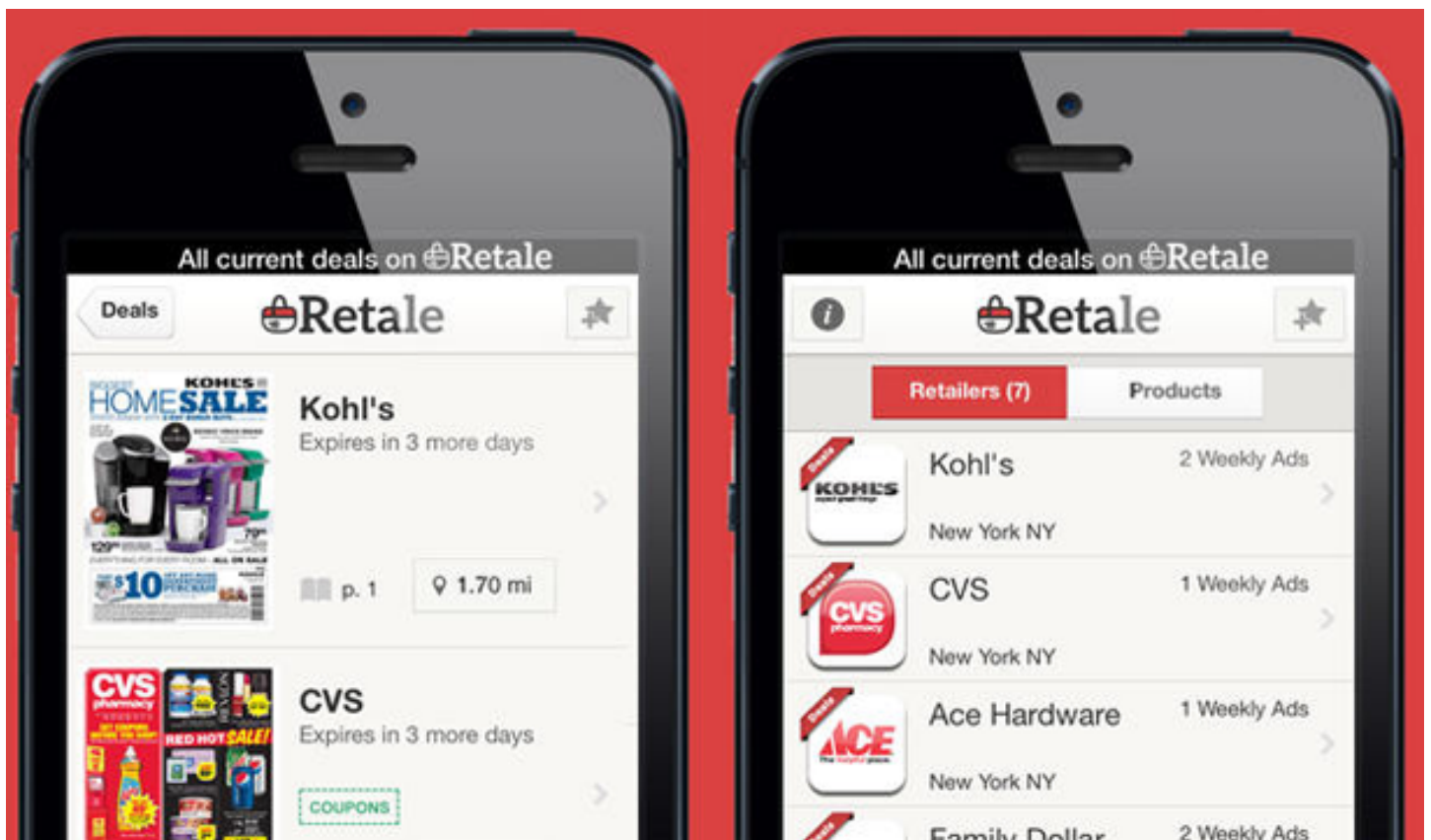
08-05-2015 10:30

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 Retale, Malltip en Swarovski.

Retale

Waar in Nederland een Reclamefolder.nl en Voordeelmuis de papieren folder vervangen door een online variant, doet Retale ongeveer datzelfde in Amerika. Zo'n 3,5 consumenten swipen ermee door folders van verschillende retailers waaronder grote namen als Target, Macy's en RadioShack. De app stemt de geselecteerde folders ook nog eens af op de locatie van de gebruiker. Zodra een klant in de buurt van een JCPenney komt, verschijnt de folder van de warenhuisketen dus op zijn smartphone. Als kers op de taart worden ook de aanbiedingen van nabijgelegen retailers getoond.

Wie weet kunnen we Retale uiteindelijk ook in Europa verwachten. De app heeft onlangs namelijk twaalf miljoen dollar opgehaald in een financieringsronde en gaat die gebruiken voor internationale expansie.



Malltip

De app Malltip helpt shoppers in een winkelcentrum de weg te vinden en leidt hen naar interessante aanbiedingen. De app is nu uitgebreid met de feature Connected Content. Marketeers kunnen hierdoor onder meer gerichte aanbiedingen versturen, de gebruiker informeren over een event en productvoorstellen doen.

Retailers die zijn aangesloten bij het platform kunnen met behulp van Connected Content shoppers een

pushbericht of e-mail sturen als ze tijdens het online shoppen zijn afgehaakt. Het kan niet anders of dit zorgt voor een hogere conversie zorgen, voorspelt medeoprichter Jon Hyman. "Gebruikers zullen meer open staan voor gepersonaliseerde productvoorstellen, die gebaseerd zijn op hun aankoophistorie."

Swarovski

Juweliersketen Swarovski wilde een nieuw loyaliteitsprogramma, maar dan wel één die past bij de luxe formule. Met het onlangs gelanceerde programma in de app Just Because blijft de speler in stijl. Hoe vaker een gebruiker zich bezighoudt met de app, hoe meer 'glimmers' hij verdient en groter de uiteindelijke beloning wordt.

De klant kan in vier levels groeien: shimmer, shine, sparkle en Swarovski prestige. Een gebruiker klimt op de Swarovski-ladder door instore aankopen te doen via de app, content te delen met vrienden en events bij te wonen.

