

Drie retailapps: Android Pay, Fetch en MikMak

28-05-2015 22:00

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 Google, Fetch en MikMak.

Android Pay

Google heeft donderdag zijn langverwachte betaalsysteem Android Pay aangekondigd. Deze betaalapp moet de Google Wallets gaan vervangen. Android Pay werkt op een vergelijkbare manier als Apple Pay en Samsung Pay. Gebruikers slaan hun creditcards en pinpassen op in de app om er in stenen winkels en online mee af te rekenen. Hiervoor moeten de betaalterminals en smartphones natuurlijk wel over NFC beschikken.



Android Pay werkt al met de creditcards van onder meer American Express, Discover, Visa en Mastercard. Verder kunnen loyaliteitskaarten aan de app worden gekoppeld. Als een klant afrekenet bij een retailer waarvan hij ook een klantenkaart heeft, zorgt Android Pay dat deze kaart automatisch gebruikt wordt.

Fetch

Fetch is een online personal shoppingassistent die nu ook een app voor de Apple Watch heeft gelanceerd.

Gebruikers van Fetch betalen per maand tien dollar en Fetch ondersteunt hen dan bij het kopen van producten. Shoppers sturen een sms, foto of gesproken bericht via de app, waarna een medewerker van Fetch de boel regelt.

Voor de Apple Watch-app werkt Fetch met artificial intelligence-specialist MindMeld. De technologie van MindMeld helpt Fetch naar eigen zeggen in het beter analyseren van de wens van de gebruiker. De technologie herkent onder meer wat er gevraagd wordt en deelt de vraag op in herkenningpunten. Dit zorgt ervoor dat de gebruiker beter en sneller wordt geholpen dan dat nu het geval is. De vraag komt nu namelijk sneller terecht bij de juiste Fetch-medewerker.

MikMak

MikMak is een soort thuiswinkelconcept à la Tel Sell, maar dan voor millennials. Gebruikers downloaden de app en maken een account aan. Vervolgens kunnen ze door op zoek naar producten en van elk item een 'minimercial' bekijken en desgewenst tot de aankoop overgaan. De prijs van de artikelen ligt onder de honderd dollar.

Elke avond worden nieuwe video's geupload van artikelen die in de app aangeschaft kunnen worden. De presentatie wordt gedaan door stand-up comedians die hun verkooppraatje binnen dertig seconden afronden. Dat maakt de productie lekker goedkoop voor deze start-up.

