

Robots in een cosmetica-community

29-07-2015 09:40

Nadat cosmeticamerk AlpStories zijn crèmes en oliën lange tijd alleen online had verkocht, werd het zo langzamerhand wel tijd voor een eigen winkel. In Zagreb opende deze maand de eerste vestiging zijn deuren. Verzorgingsproducten gewoon op schappen neerzetten vindt AlpStories te gemakkelijk. De klanten steken daarom zelf de handen uit de mouwen door ingrediënten te kiezen, waarna een robot er ter plekke een verzorgingsproduct van maakt.



Klanten kunnen eerst hun huidtype analyseren, waarna de robot aan de slag gaat. Door deze geautomatiseerde productiemethode hoopt AlpStories menselijke fouten te voorkomen. Uiteraard zijn er winkelmedewerkers aanwezig om klanten te adviseren en te helpen bij de huidanalyse.



AlpStories maakt voor zijn producten gebruik van oliën uit de Oostenrijkse Alpen. Dat gegeven is verwerkt in het storedesign dat van de tekentafel van Brigada komt. Naast een levensgrote afbeelding van het gebergte wordt de frisheid waar het gebied om bekendstaat, vertaald in het natuurlijke kleur- en materiaalgebruik.





De cosmeticaretailer werkt vanuit twee pijlers: ons verhaal en jouw verhaal. Ook dat is terug te zien in deze winkel. AlpStories zet namelijk niet alleen zijn eigen producten op de schap, maar ook de producten die zijn samengesteld door klanten. Een deel van de verkoopprijs gaat vervolgens naar degene die het artikel heeft gecreëerd. Op die manier hoopt de retailer van zijn winkel een ontmoetingsplek te maken voor leden van de AlpStories-community.



