

Appdate: HelloFresh, Holland & Barrett en Target

05-08-2015 09:52

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 HelloFresh, Holland & Barrett en Target.

HelloFresh

Honderden recepten, een digitale kookwekker, voedingswaarden bijhouden: het zit allemaal in de eerste app van HelloFresh. De app is sinds vorige week te downloaden door iPhone en iPad-bezitters, waarmee HelloFresh naar eigen zeggen de eerste maaltijdboxaanbieder met een eigen app is. Klanten kunnen de app bovenal inzetten om hun box uit te kiezen en te wijzigen en het bezorgschema van hun box aan te passen. Met de app reiken we onze klanten eigenlijk een afstandsbediening aan voor het avondeten, verkoopt oprichter Maartje Frederiks.

Een app voor Android-gebruikers is er nog niet: daar wordt op dit moment hard aan gewerkt. Des te opvallender is het dat de digitale kookwekker al wel is geïntegreerd met de Apple Watch. Daarmee kunnen gebruikers onder meer kooktijden bijhouden.



Holland & Barrett

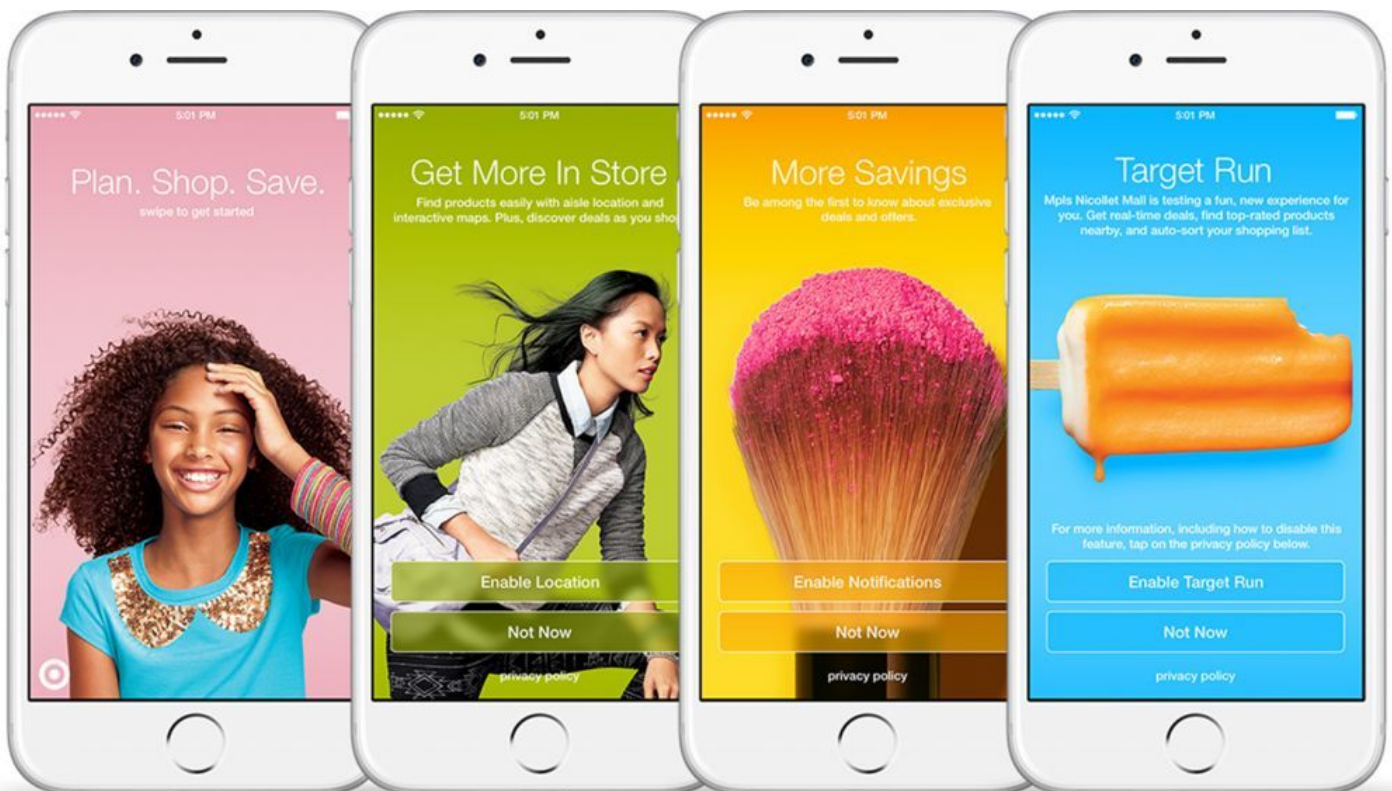
Holland & Barrett gaat zowaar van start met het beruchte omnichannel. De lancering van een app voor zijn loyaliteitsprogramma Passie geldt als een eerste stap in de nieuwe omnichannelstrategie. Die app ondersteunt het loyaliteitsprogramma Passie, dat afgelopen april is gelanceerd. Niet alle klanten willen volgens de retailer deelnemen aan dat programma via een fysieke klantenkaart. Die drempel probeert Holland & Barrett weg te nemen met de app.

Klanten sparen bij iedere uitgegeven euro in de winkel punten, die een aantal keer per jaar omgezet kunnen worden in een waardebon. Die waardebon wordt per mail of post toegestuurd, maar kan ook via de nieuwe app verzilverd worden. Holland & Barrett beschouwt de app als een digitale klantenpas, waarmee klanten onder

meer inzicht krijgen in hun puntensaldo en hun gegevens kunnen wijzigen. De app krijgt later dit jaar ook een store locator.

Target

Target is de volgende in de rij retailers die brood ziet in beacons. De kastjes maken onderdeel uit van een nieuw systeem dat de Amerikaanse retailer in vijftig vestigingen test om de smartphones van klanten bij het shoppen te betrekken. De beacons wijzen klanten uiteraard op aanbiedingen, maar bieden ook reviews van bepaalde producten.



Maar Target hoopt verder te gaan dan dat. In een niet al te verre toekomst wil de retailer er ook voor zorgen dat het wensenlijstje van de klant in de app automatisch gesorteerd wordt als die de winkel binnenloopt. Verder moet hij eraan herinnerd worden toch vooral niet de melk van het lijstje vergeten mee te nemen, als hij de winkel dreigt te verlaten. Tot slot moeten klanten via zijn app ook een medewerker in de winkel kunnen oproepen voor hulp.