

Zeven virtuele shophulpjes

29-01-2016 11:27

Er is veel online te koop, heel veel. Zo veel, dat je soms door de bomen het bos niet meer ziet. Daarom zijn er steeds meer digitale shopping assistenten, die je helpen te vinden wat je zoekt. Zeven van die shophulpjes op een rij.

HLP

Een Nederlandse shopping assistent die voornamelijk is gespecialiseerd in elektronica en witgoed. Maar ook bij het boeken van een vakantie of het afsluiten van een verzekering helpt HLP. De smartphone-app stelt een aantal vragen en maakt op basis daarvan een top vijf van mogelijke producten. De app kost drie euro per zoekopdracht, te betalen per sms.

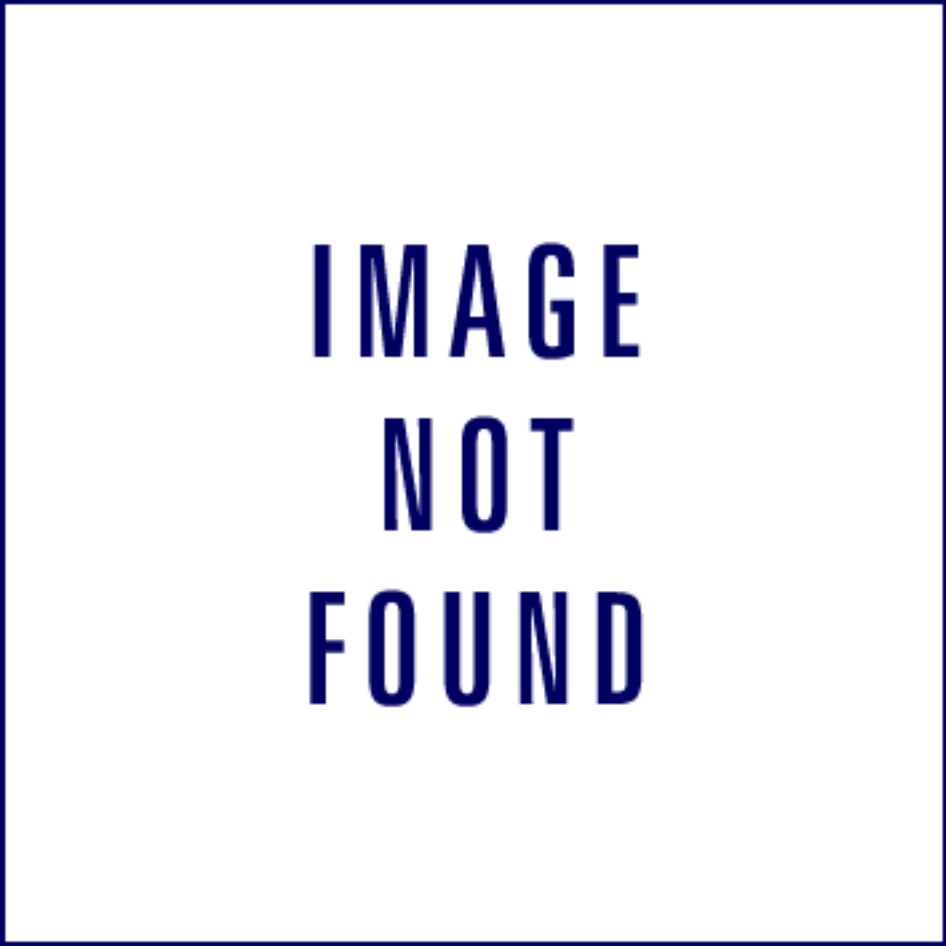


IMAGE
NOT
FOUND

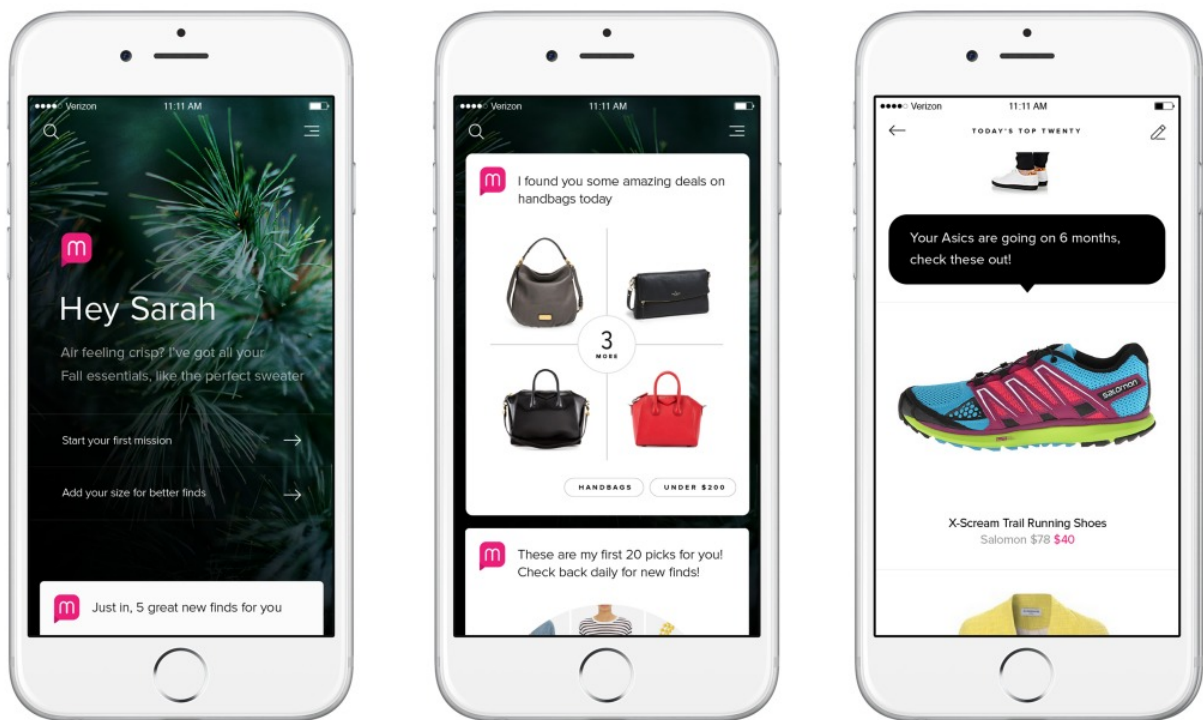
Expert Personal Shopper

The North Face lanceerde eind vorig jaar een eigen digitale personal shopper. De bezoeker krijgt eerst een aantal vrij algemene vragen voorgelegd, zoals wat voor product hij zoekt en waarvoor het geschikt moet zijn. De vragen worden steeds specifieker. Zo wordt gevraagd naar de weeromstandigheden en de locatie waar de kleding gebruikt moet worden. Op basis van de antwoorden komt het platform met suggesties. Het systeem is zelflerend waardoor het, naarmate het gebruik toeneemt, steeds intelligenter wordt.

Mona

The world's smartest personal shopper. Zo noemt het vorig jaar gelanceerde Mona zichzelf. De

app is ontwikkeld door oud-medewerkers van Amazon. Deze app speurt de webwinkels af op basis van allerlei specifieke wensen van de consument. Zo is het mogelijk om te vragen wanneer een paar schoenen van een specifiek merk in de aanbieding is, of om een melding te ontvangen wanneer een bepaalde handtas ergens voor onder de tweehonderd dollar te koop is.



PS Dept.

Voor de luxe shoppers is er PS Dept., met lancering in 2012 een van de oudere shophulpjes. Vooral erg handig voor consumenten die precies weten wat ze willen hebben, maar niet waar ze het kunnen vinden. In enkele maanden tijd werd via PS Dept. bijvoorbeeld gezocht naar honderd specifieke typen bruidsjurken- en pakken, een zeldzame fles Pappy Van Winkle bourbon whiskey en een speciale werphengel. Niet voor alledaagse modeshoppers, dus.

PRINTS PLEASE



Ask Zappos

Zappos kwam in 2014 met een eigen virtuele assistent. Die zoekt niet alleen in de eigen collectie, maar verwijst als het nodig is ook door naar de concurrent. Klanten kunnen foto's uploaden op sociale media als Twitter en Instagram, met #AskZappos, waarna Zappos de zoektocht start. Als de Amerikaanse etailer het product zelf heeft, kunnen klanten het direct bestellen. Zo niet, dan toont de shophulp welke concurrenten het artikel wel hebben. De dienst werkt op zowel mobiele devices als desktop.

Money Penny

Waar een digitale ontwikkeling is, daar is Facebook. Dus werkt ook de sociaalnetwerksite aan een digitale shopping assistent. Money Penny €“ de werknaam van de app €“ zou moeten worden geïntegreerd in de Messenger-service van Facebook. Gebruikers zouden via Money Penny met echte mensen in contact moeten komen, die hen helpen bij het bestellen van artikelen. De service wordt nog getest, wanneer hij gelanceerd wordt is nog niet bekend.

Fetch

Terwijl Facebook er nog aan werkt, heeft Fetch het al: een personal shopping app die wordt bediend door echte mensen. Vragen- of wensenlijstjes zijn hier dus niet nodig. Een foto maken van een leuk jasje dat je iemand ziet dragen en hem naar Fetch sturen, is genoeg. Een medewerker reageert met een passend artikel voor de laagst mogelijke prijs. Sinds vorig jaar is Fetch ook te gebruiken op de Apple Watch, en daarmee met spraak te raadplegen via de microfoon.