

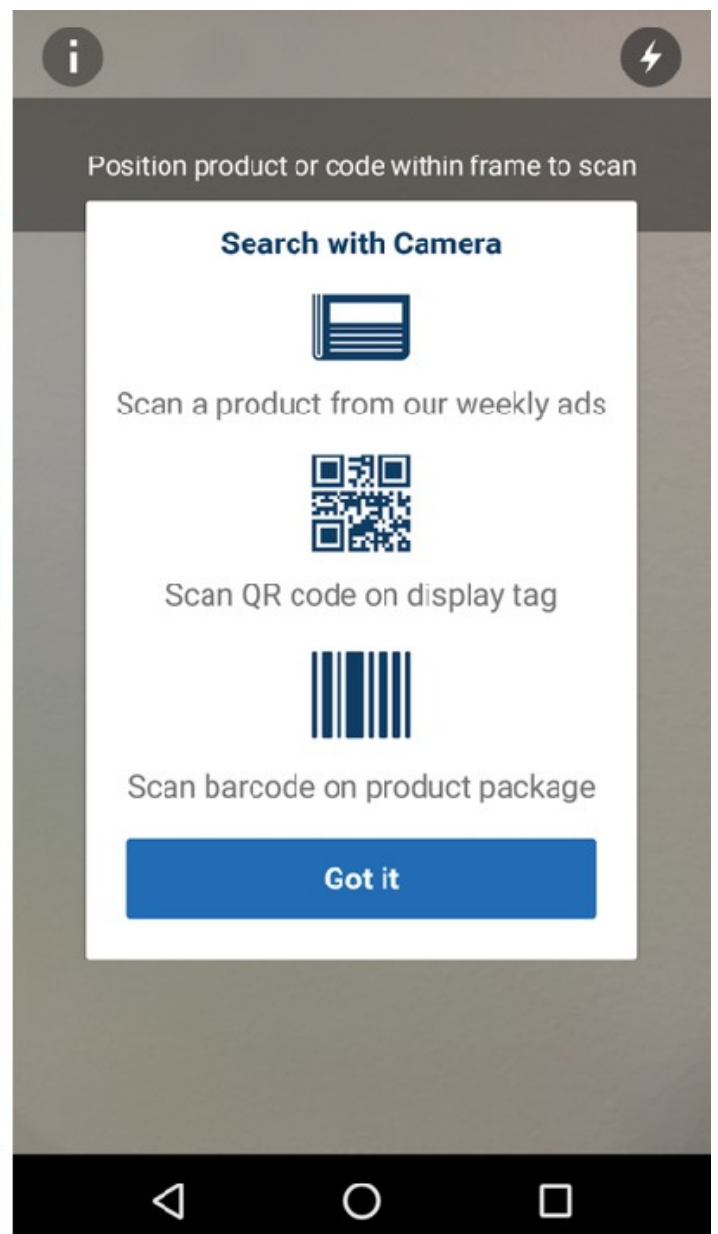
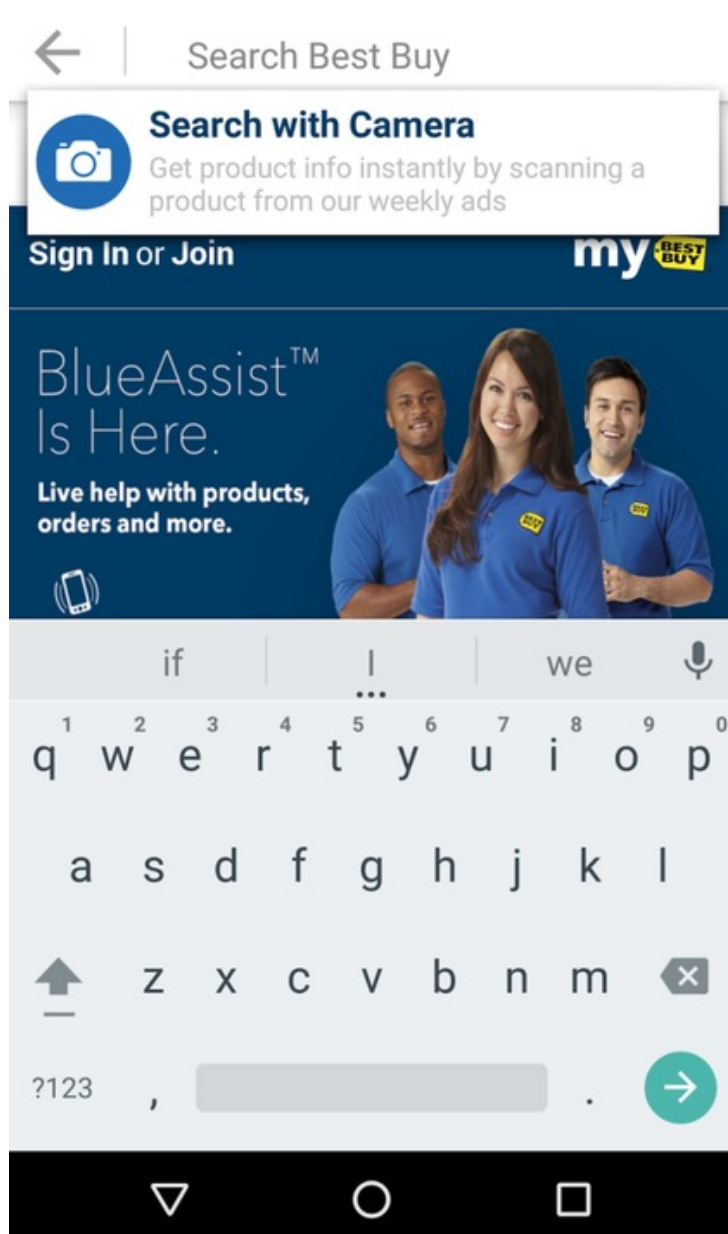
Appdate: Best Buy, John Lewis en Spin

03-02-2016 11:14

Met de groei 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 Best Buy, John Lewis en Spin.

Best Buy

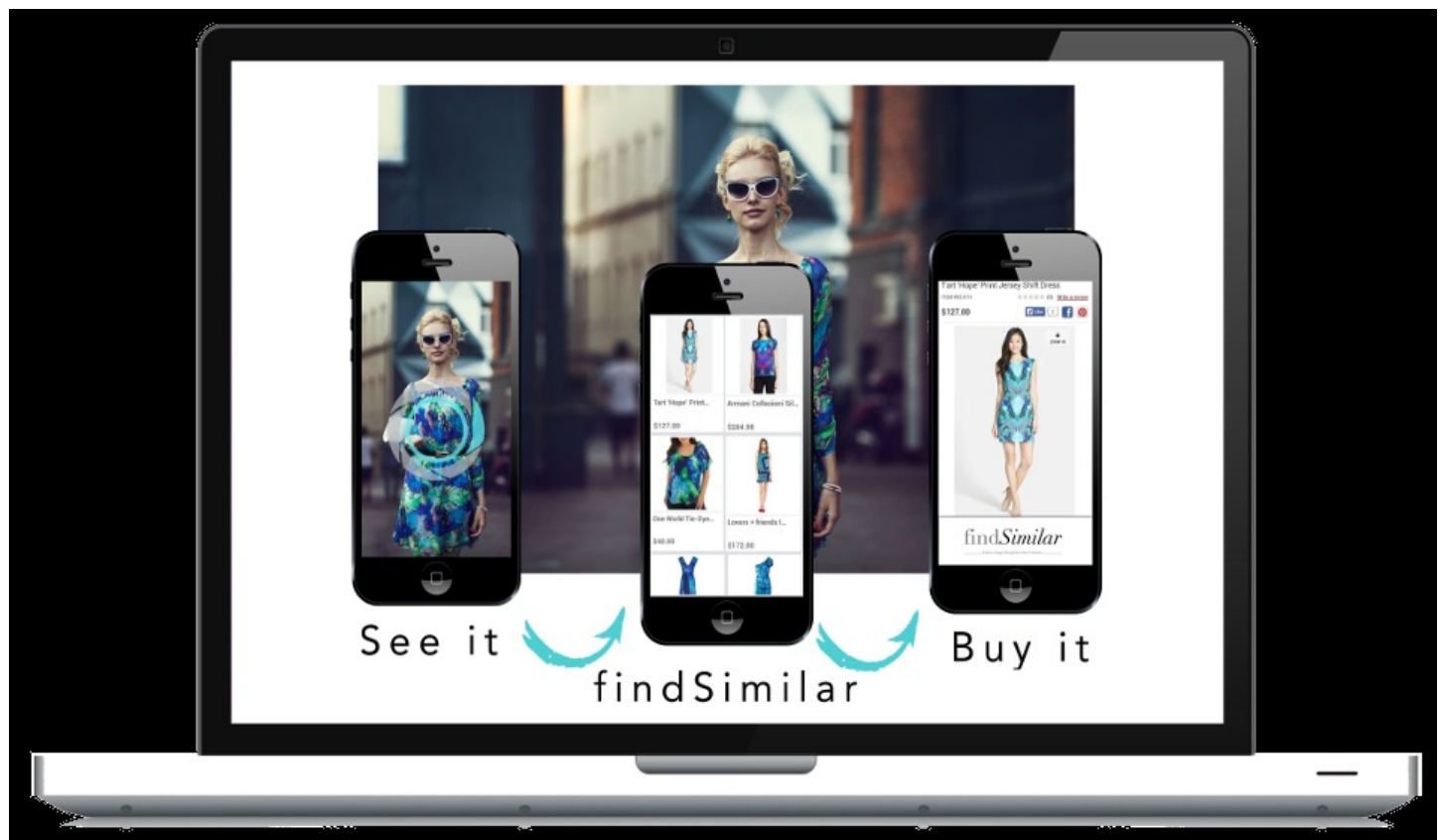
Best Buy heeft zijn app uitgebreid met een scan-to-shop zoekmogelijkheid. Daardoor kunnen shoppers een afbeelding of product scannen en deze direct aanschaffen. Consumenten kunnen hun smartphone gebruiken om een afbeelding, bijvoorbeeld in een advertentie, te scannen waarna de software het product herkent en hen in staat stelt om het in twee stappen aan te schaffen. De stappen zijn hetzelfde wanneer klanten in een winkel een foto van het gewenste product maken.



Voor de uitwerking en implementatie van de nieuwe zoekfunctionaliteit werkt Best Buy samen met ontwikkelaar Slyce. De nieuwe zoekmogelijkheid is in eerste instantie alleen beschikbaar voor Android-toestellen. Wanneer de uitbreiding toegepast wordt op de iOS-toestellen is nog onbekend. Naast Best Buy is ook Urban Outfitters bezig met de implementatie van de technologie van Slyce in zijn apps.

John Lewis

Ook John Lewis zoekt zijn heil in een nieuwe zoekfunctie. Bij de warenhuisketen gaat het om de iPad-app, waarmee gebruikers nu kleding kunnen zoeken op basis van een foto van bestaande kleding. De app geeft hen de mogelijkheid vervolgens verder te zoeken naar andere producten van soortgelijke vorm, kleur en patroon. Daarbij imiteert de zoekmachine processen die zich normaal gesproken in de virtuele cortex van het brein afspelen.



John Lewis maakt gebruik van de findSimilar-software van Cortexica. In Groot-Brittannië wordt de app vergeleken met Shazam, de populaire en eveneens in Londen ontwikkelde muziekherkenningssoftware. Het warenhuis is de eerste grote Britse klant voor Cortexica. De dienst wordt in de VS en op het Europese vasteland al gebruikt door Macy's, Net-a-Porter en Zalando.

Spin

Beeld wordt steeds meer leidend in webwinkels. Consumenten willen namelijk een product goed kunnen bekijken voor ze tot een aankoop overgaan en dan eigenlijk ook in 360 graden. Dat betekent dat online retailers flink moeten investeren in fotografie. Gelukkig is daar Spin: een draaiende tafel die in verbinding staat met een iPhone en zo eenvoudig gif-afbeeldingen kan maken.

Deze afbeeldingen laten de producten in volle glorie zien, zonder dat retailers veel tijd en geld hoeven te steken

in 360 graden-technologie. De Spin-app zorgt ervoor dat het tafeltje draait en de telefoon om een bepaald aantal seconden een foto maakt. Die foto's worden door de app vervolgens tot een animatie verwerkt, meldt [PSEK](#). Overigens is het initiatief van Tiffany Tseng van de MIT nog niet te koop, maar daar wil ze snel verandering in brengen.