

Appdate: Picnic, Missguided en Coop

02-03-2016 12:44

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 Picnic, Missguided en Coop.

Picnic

De app van Picnic bestond al even – het is immers een mobiele supermarkt – maar de boodschappenradar nog niet. Niet bij Picnic en bij een andere bezorgdienst. Picnic is naar eigen zeggen namelijk de eerste die de boodschappenradar introduceert. Wat je ermee kunt? Tot op de minuut nauwkeurig zien wanneer de bestelling arriveert. Picnic was voorheen al blij dat ze konden aangeven binnen welk half uur de boodschappen bezorgd werden. “We kregen echter vragen van klanten of het niet nóg nauwkeuriger kon”, aldus medeoprichter Michiel Muller. “Daar zijn we mee aan de slag gegaan, met als resultaat iets dat lijkt op de service van taxidienst Uber: je ziet op het scherm van je mobiele telefoon ons autootje rijden en weet dus precies hoe laat je bestelling wordt afgeleverd.”

Ook op verzoek van klanten: van elke bezorger is een kort profiel toegevoegd. Picnic krijgt namelijk vaak de vraag ‘Wie is toch die leuke jongen of die jongedame die mijn boodschappen bezorgt?’ Tinder en Lexa, opgepast!

Missguided

Tinder wordt sowieso veelvuldig door retailers gekopieerd. Al is het dan niet zozeer vanwege zijn datingprofiel, maar om zijn technologie. [Scoupy](#) kwam met een soort Tinder voor supermarkten, [Argos](#) met een ‘Tinder-like’ cadeauzoeker, terwijl [Grabble](#), [Mallzee](#) en [Styloco](#) de swipe-technologie voor fashion inzetten. Het Britse kledingmerk Missguided is de volgende in de rij.

‘Swipe to Hype’, noemt Missguided de functie in zijn nieuwe app, die volgende week verschijnt. Gebruikers krijgen verschillende kledingstukken te zien, die ze kunnen afwijzen of goedkeuren. De geliefde items kunnen een plek krijgen op het verlanglijstje van de consument, terwijl Missguided de data kan gebruiken om uit te vinden wat de wensen van zijn doelgroep zijn.

Unicoop Firenze

Met een mobiele app boodschappen doen in de supermarkt, ook dat idee is niet heel origineel. In de Appdate was recent nog aandacht voor [FutureProof](#) en [Blueselfservice](#), apps die de smartphone omturnen tot zelfscanner. Het Italiaanse supermarktconcern Unicoop Firenze komt, dat in Italië opereert onder de vlag van Coop, nu met een eigen variant die de mogelijkheid tot zelfscan, mobiel afrekenen en het sparen van punten voor het loyaliteitssysteem combineert.

Met de nieuwe app wil Unicoop Firenze het doen van aankopen nog gemakkelijker maken voor zijn klanten en zelfscannen van een impuls voorzien. De retailer hoopt uiteindelijk zo veel mogelijk klanten aan de zelfscan te krijgen, om doorlooptijden aan de kassa te verkleinen. Gebruikers kunnen wanneer zij klaar zijn met boodschappen doen deze met hun telefoon afrekenen bij de zelfscankassa's of het mobiele kassasysteem. Doordat het loyaliteitsprogramma van de supermarktketen geïntegreerd is in de app, worden gespaarde punten automatisch toegekend en kortingen en kortingscoupons direct verrekend.