

# Appdate: IKEA, Lush en Snapchat

11-05-2016 11:53

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 IKEA, Lush en Snapchat.

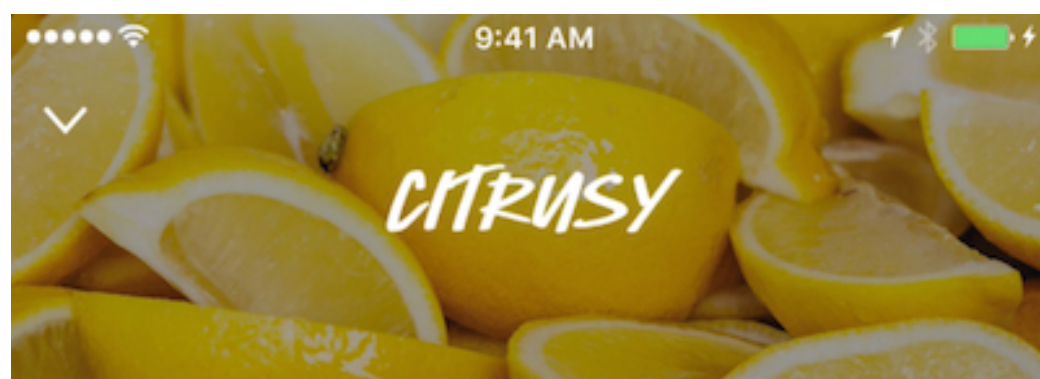
## IKEA

IKEA is één van de meest terugkerende retailers in deze rubriek. De Zweedse meubelketen investeert dan ook veel in het benutten van de kracht van mobiel, zo [stelde](#) global head of mobile solutions Victor Bayata op het Mcommerce Summit: State of Mobile Commerce 2016. IKEA richt zich volgens hem niet op het ontwikkelen van apps of oplossingen met een louter leuke functie, maar kijkt met name naar waar de pijnpunten liggen voor de klant.

De nieuwste stap: klanten in de fysieke winkels zelf laten scannen en afrekenen met hun smartphone. IKEA test in Frankrijk een mobiele oplossing die QR-codes genereert voor de producten in de winkelwagen van de klant, waardoor ze die overal in de winkel kunnen afrekenen. Daardoor neemt het betaalproces minder tijd in beslag: klanten hoeven niet meer in de rij plaats te nemen.

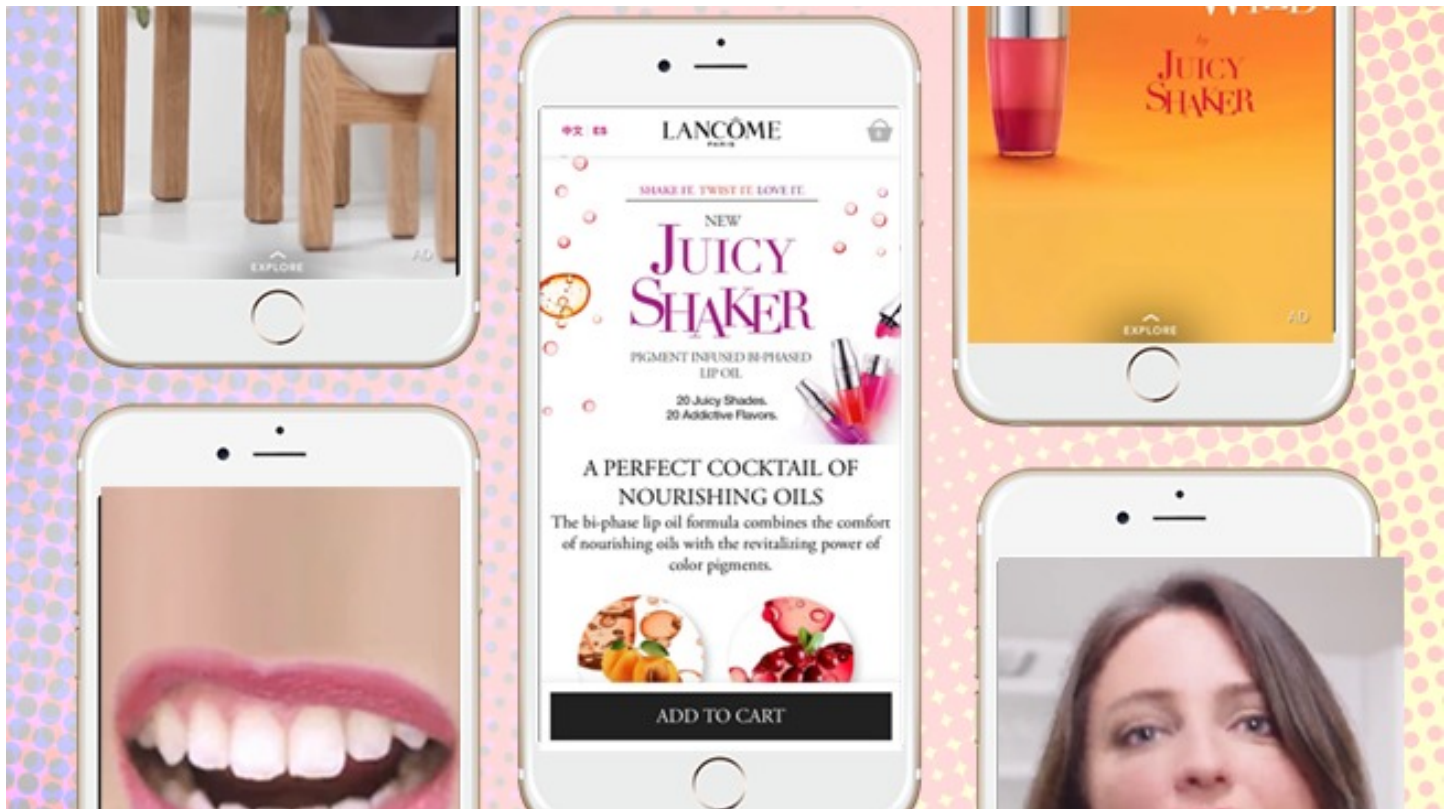
## Lush

Het Britse cosmeticamerk Lush heeft zijn eerste app in de Verenigde Staten gelanceerd. Daarin heeft Lush geprobeerd de winkel na te bootsen, door klanten te laten shoppen op basis van geuren of stemming. Bovenal is de app gericht op millennials, door alle artikelen, ingrediënten en social content shoppable te maken. Verder zien ze in de app content dat op Instagram is geplaatst, bijvoorbeeld over producten waar andere gebruikers enthousiast over zijn.



## Snapchat

Retailers kunnen natuurlijk allemaal een eigen app lanceren, maar zullen toch zelden het bereik halen van Snapchat. Voor de fotodeelapp een ideaal gegeven om de stap naar e-commerce te maken. Volgens Re/code wordt daar al langer naartoe gewerkt: zo trok het bedrijf onlangs Krish Jayaram van PayPal aan als nieuw hoofd commercie en werd Snapcash geïntroduceerd, een dienst waarmee gebruikers geld kunnen overmaken. Gebruikers dienen hier hun betaalgegevens aan toe te voegen. Gegevens die Snapchat kan gebruiken om het doen van aankopen mogelijk te maken.



Lancôme en Target zijn de eerste retailers die producten via Snapchat proberen te verkopen, weet [Adweek](#). Daarvoor maken ze gebruik van interactieve advertenties in de sectie 'Discover'. Gebruikers krijgen een filmpje voorgeschoteld, waarin ze direct naar de mobiele pagina met de getoonde producten worden geleid als ze naar beneden swipen. Zo kunnen ze shoppen bij de retailer, zonder dat ze de app van Snapchat hoeven af te sluiten.