

Appdate: Zo wint Duifhuizen de young professional

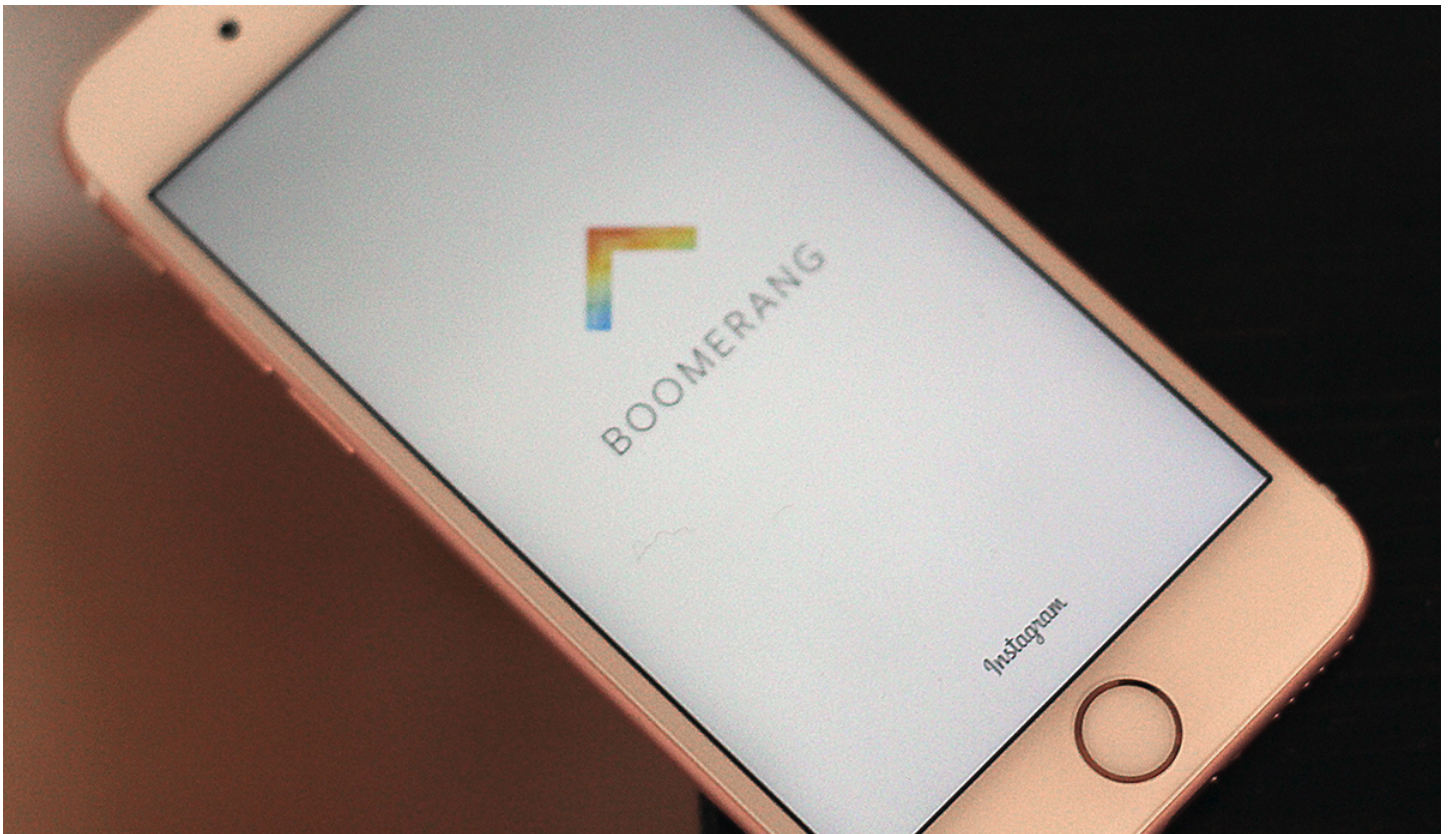
17-08-2016 09:26



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 Duifhuizen, Florin en Tesco.

Duifhuizen

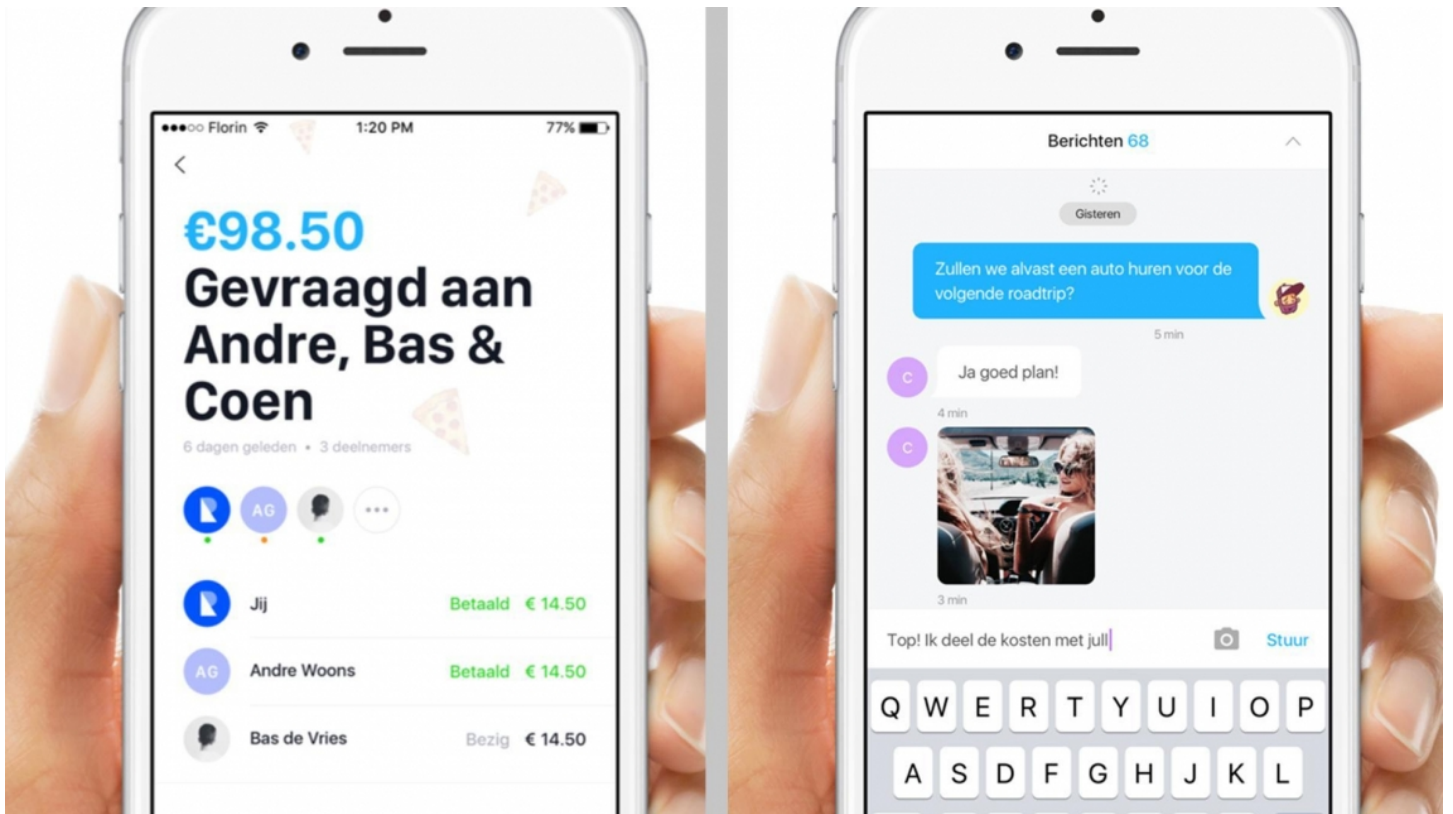
Kofferspecialist Duifhuizen wil meer interactie met studenten en young professionals. En hoe doe je dat? Via social media-kanalen. De retailer wendt zich daarvoor tot de app Boomerang, waarmee het een videosamenwerking aan gaat.



Onder het mom van het thema ‘summer vibes’ zet Boomerang zes video’s in op Instagram en Facebook, waarbij momenten uit het leven van de jonge doelgroep gekoppeld wordt aan de Duifhuizen-producten. Online content moet snel, persoonlijk, relevant en waardevol zijn, willen we onze doelgroep verbinden met ons merk, licht commercieel directeur Theo Duifhuizen toe. De video’s zijn tussen 15 augustus en 3 september te zien op de Facebook- en Instragrampagina van Duifhuizen.

Florin

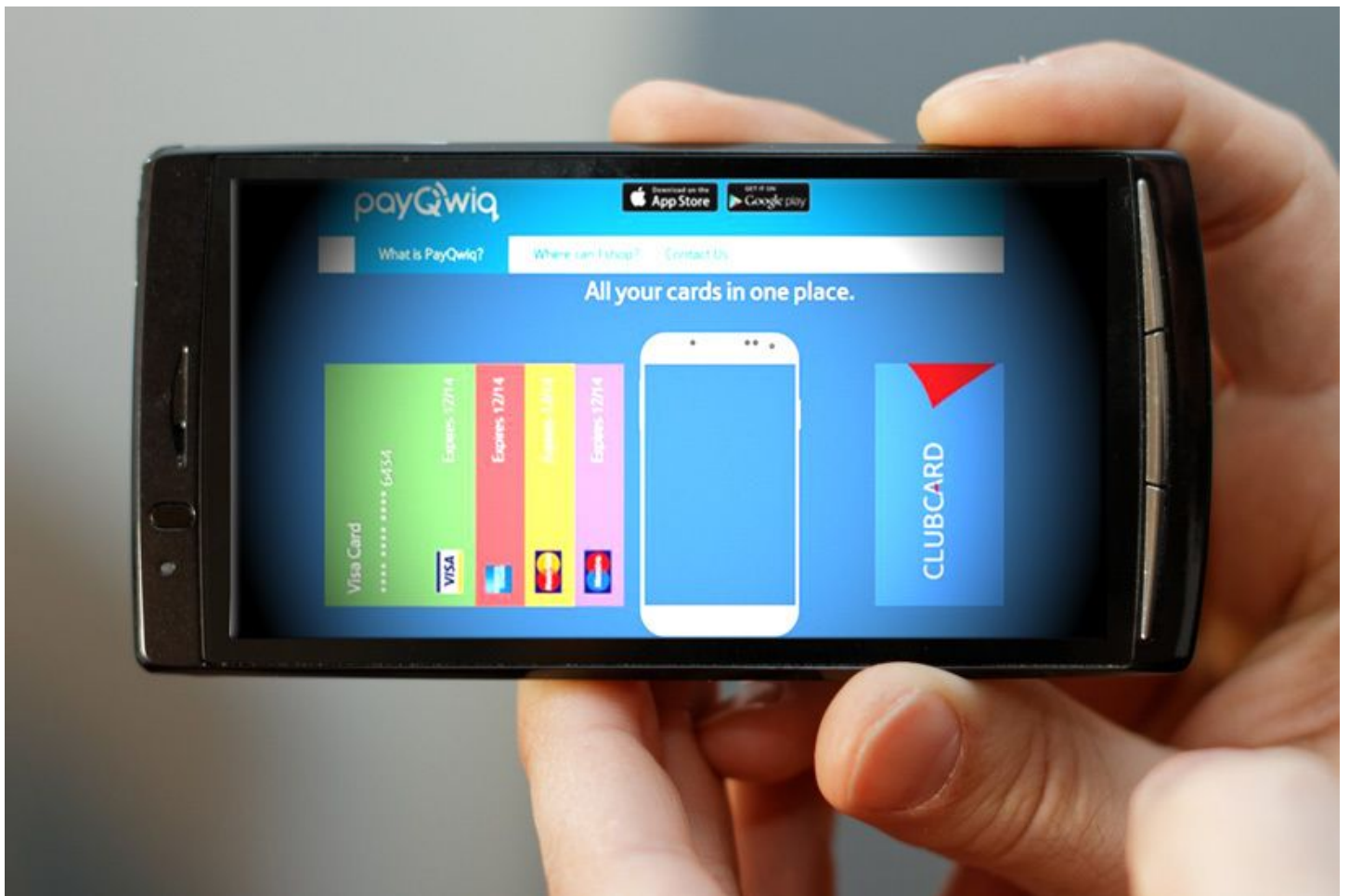
Als startup de concurrentie met banken aangaan in de markt voor betaalapps, en ook nog eens met een gratis toepassing. Je moet het maar durven. Florin waagt een poging met een dienst die zoveel mogelijk platformonafhankelijk is.



De app start in eerste instantie als betaalplatform voor vrienden onderling. Via Florin kun je een betaalverzoek sturen, als je iets hebt betaald dat iemand je moet terugbetalen. Om dat proces binnen Florin te houden, moeten die vrienden de app ook gebruiken. Anders gaat het toch weer via de geijkte platforms Facebook en WhatsApp. Florin wil hier geen geld aan verdienen, maar waaraan dan wel? De app hoopt de aandacht van retailers en horeca te krijgen, zodat die zich ook aansluiten. Ceo Bas de Vries heeft er in ieder geval vertrouwen in dat Florin [de bankwereld gaat slopen](#), zo vertelt hij tegenover Bright.

Tesco

De Britse supermarktketen Tesco gaat zijn mobiele betaalapp landelijk uitrollen. PayQwiq, zoals de dienst heet, laat klanten via een QR-code direct betalen. Net als Apple Pay en Android Pay, maar dan alleen bij Tesco. De service laat klanten daarnaast punten sparen voor het loyaliteitsprogramma, zonder dat daarvoor apart een kaart hoeft te worden gescand. Positieve feedback van klanten heeft Tesco doen besluiten zijn pilot een landelijk vervolg te geven.



Het is een gewaagde stap, als we strateeg Franco Anselmi mogen geloven. Een eigen betaalsysteem, zoals Walmart dat in de Verenigde Staten al introduceerde, zal volgens hem minder kans van slagen hebben in Europa, zo zei hij eerder dit jaar in EtailTrends. â€œEuropese consumenten zijn sceptisch over nieuwe digitale betaalmethodesâ€, stelt hij.