

Appdate: Zo kom je van overbodige spullen af

28-12-2016 12:22



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 Domino's Pizza, Olio en Stuffstr.

Domino's Pizza

Pizzaketen Domino's gaat al zijn bezorgers in Nederland uitrusten met gps-technologie. Daardoor kunnen klanten hen volgen van de winkel tot aan de bezorglocatie. De nieuwe dienst is als eerst beschikbaar in Hoogeveen, Soest, Empel, Hoofddorp en Groningen. Eind februari volgend jaar moeten alle tweehonderd locaties in Nederland zijn voorzien van gps-technologie. Vervolgens worden er additionele diensten aan gekoppeld, zoals de snelle bezorgoptie Domino's Express.

De 'Live Pizza Tracker' is toegevoegd aan de app van Domino's. In Australië en Nieuw-Zeeland werd de GPS Driving Tracker vorig jaar al geïntroduceerd.

Bezorgingen zullen dankzij de technologie veiliger, efficiënter en daardoor ook sneller bij de klant zijn, stelt ceo André ten Wolde. "Zonder dat daarvoor verkeersregels overtreden zullen worden", voegt hij daaraan toe. "Aan de hand van uitgebreide rapportages van de gps-technologie, kan een manager in een Domino's winkel nog

beter samen met de bezorgers de service verbeteren.”

Olio

Olio werd al een jaar terug gelanceerd om mensen te stimuleren hun eetbare voedseloverschotten met elkaar te delen. De startup heeft nu een grote vis aan de haak geslagen om de app verder uit te bouwen. Tesco werkt samen met Olio om zijn lelijke groenten en fruit uit te delen. De Britse supermarktketen heeft gebruikers van de app eerder deze maand verrast met een deel van zijn 'Perfectly Imperfect'-fruit, dat niet de 'juiste' vorm of grootte heeft voor de reguliere verkoop.

De gebruikers konden het fruit op verschillende locaties in Londen ophalen. De retailer wilde met de actie het bewustzijn onder consumenten vergroten. “We wilden helpen om de Olio-gemeenschap te vergroten en feedback te krijgen van gebruikers; een publiek dat net zo geëngageerd is aan het terugdringen van voedselverspilling als Tesco”, aldus campagnedirecteur Steve Milton. Volgens [The Grocer](#) wil Tesco structureel samenwerken met Olio.

Stuffstr

Stuffstr maakt het consumenten mogelijk om eigen spullen te doneren, te repareren of aan vrienden te geven. De app wil het aantal ongebruikte items flink terugdringen, vertelt oprichter John Atcheson tegenover [GeekWire](#). Tachtig procent van de producten in het gemiddelde Amerikaanse huishouden zou minder dan één keer per maand gebruikt worden. Daarvan wordt uiteindelijk zo'n zeventig procent weggegooid. Via Stuffstr kunnen ze een eigen bibliotheek aanmaken van producten die ze niet meer nodig hebben.

H&M was vorige maand de eerste grote partner van Stuffstr. De Zweedse modeketen heeft zijn kledinginzamelingsinitiatief aan de app gekoppeld. Daardoor kunnen gebruikers de dichtstbijzijnde vestiging van H&M vinden, waar ze hun ongewenste kleding kunnen afgeven. Ook retailers als Amazon en The North Face hebben zich aan de app verbonden, waarbij gebruikers soms worden beloond met korting in ruil voor donaties. Stuffstr heeft de ambitie om elke retailer ter wereld te koppelen, aldus Atcheson.