

Appdate: Waarom Amazon een digitale Dash Button heeft

25-01-2017 10:15



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 Sears, Reclamefolder.nl en Amazon.

Sears

Het uitkiezen van de juiste autobanden valt niet mee. Iedere auto is anders, iedere automobilist heeft zijn eigen prioriteiten en online is de keuze oneindig. Sears heeft daar nu een oplossing voor gevonden voor zijn divisie Sears Auto Center. Met de app Digital Tire Journey moeten consumenten snel aan de juiste banden geholpen worden.



De app werkt op basis van kunstmatige intelligentie. Gebruikers krijgen de vraag: ‘als het om banden gaat, wat is dan het belangrijkste voor jou?’ Vervolgens vullen zij hun kenteken of type auto in. De applicatie presenteert een lijst van geschikte banden van topmerken, gebaseerd op de voorkeuren van de chauffeur en reviews van eerdere gebruikers. De app biedt ook direct een aantal mogelijkheden voor de aankoop: online, via een afspraak bij het dichtstbijzijnde Sears Auto Center of door contact op te nemen met de klantenservice.

Reclamefolder.nl

Reclamefolder.nl wil meer zijn dan een reclameplatform. ‘We willen een platform zijn dat de maandelijks 1,8 miljoen gebruikers voordeel biedt’, aldus de nieuwe directeur Ruud Giebels tegen [Emerce](#). Daarom is de app uitgebreid met een cashbackdienst. Merkadverteerders kunnen producten in de app tegen betaling promoten met geld-terug acties.

Gebruikers die een gepromoot product kopen, moeten dit fotograferen en krijgen dan het geld op hun rekening teruggestort. In de cashbackfunctie kunnen bedrijven verder rechtstreeks vragen stellen aan consumenten, om hun meningen en verwachtingen te peilen. De nieuwe functie is sinds twee weken live, en wordt al gebruikt door Unilever-merken Unox en CalvÃ©. Naast FMCG- en foodpartijen moeten na verloop van tijd ook partners in elektronica worden toegevoegd.

Amazon

Het idee van de Amazon Dash Button, is dat je snel een herhalingsaankoop kunt doen zonder je smartphone erbij te hoeven pakken. Maar nu heeft de e-commercegigant een virtuele versie van de koopknop toegevoegd, waarvoor je toch de app moet openen. Deze hebben weer hun eigen voordelen, stelt Amazon. Zo genereert de app automatisch Dash Buttons voor producten die gebruikers vaak bestellen. Prime-leden kunnen bovendien hun eigen knoppen creëren.

Geruchten dat Amazon de toevoeging heeft gedaan omdat het patent op de fysieke koopknop over een tijdje verloopt, worden door de etailer weersproken. De virtuele variant komt volgens Amazon juist voort uit de populariteit van de fysieke. Het concern verwacht een forse groei in het aantal gebruikers, nu er een variant beschikbaar is die even makkelijk binnens- als buitenshuis beschikbaar is.