

Appdate: Zo bestel je met je stem bij Starbucks

01-02-2017 10:35



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 foodora, FindSimilar en Starbucks.

Foodora

Klanten van foodora kunnen hun bestellingen voortaan ook zelf ophalen bij de restaurants. De maaltijdbezorger heeft de pick-upmogelijkheid toegevoegd aan zijn app en website. Klanten kunnen bij het bestellen kiezen het bezorgen of afhalen van hun maaltijd. In het laatste geval geeft de app een afhaaltijdstip en de route naar het restaurant. Daarbij komen het minimum ordertarief en de bezorgkosten te vervallen.

Foodora stelt dat klanten nu ook onderweg van werk naar huis maaltijden kunnen oppikken bij restaurants die normaal gesproken niet in hun postcodegebied bezorgen. "Wij vinden het belangrijk om flexibel te zijn voor onze klanten", aldus countrymanager Vincent Hosman. Eerder dit lanceerde de bezorgdienst al realtime order tracking binnen zijn app.

FindSimilar

De Britse vastgoedeigenaar Hammerson experimenteert met een nieuwe app om de klantervaring in zijn winkelcentra te verbeteren. Daarbij gaat het volgens Retail Week om de app FindSimilar, waarbij gebruikers

foto's van kleding in de winkel kunnen maken of zelf afbeeldingen kunnen uploaden. De app geeft hen dan een lijst met vergelijkbare producten, gebaseerd op kleur of patronen, die in de winkels in hetzelfde centrum te vinden zijn.

Als een gebruiker het gewenste product heeft geselecteerd, wijst de app hen op de snelste route naar de bewuste winkel. Zo'n 350 consumenten hebben de app getest in winkelcentrum Brent Cross in het noorden van Londen. John Lewis is één van de retailers die aan de pilot meedeed. De technologie richt zich vooralsnog op vrouwenkleding, maar heeft de potentie om ook mannenkleding en andere productgroepen toe te voegen. Hammerson wil de app uiteindelijk uitrollen naar al zijn winkelcentra in het Verenigd Koninkrijk.

Starbucks

Starbucks maakt in december al bekend te werken aan een eigen chatbot. Onder de noemer My Starbucks Barista kunnen gebruikers van zijn app bestellingen plaatsen via een tekstbericht of spraakopdracht. De chatbot kan de context herkennen en op basis daarvan vervolgvragen stellen. Het systeem werkt volgens de koffieketen 'ongeëvenaard snel en gemakkelijk'. Starbucks verwacht dat de service de klantloyaliteit- en betrokkenheid verhoogt.

De Amerikaanse retailer heeft inmiddels een bètaversie gelanceerd in zijn iPhone-app. Duizend gebruikers wereldwijd kunnen de nieuwe besteloptie de komende tijd testen, waarna die in de loop van het jaar verder wordt uitgerold. Starbucks introduceerde tegelijkertijd voice ordering bij Amazon, door een integratie in de spraakherkenningssoftware van Alexa. Gebruikers van onder meer de Amazon Echo kunnen met een stemcommando hun favoriete bestelling bij de koffieketen plaatsen.