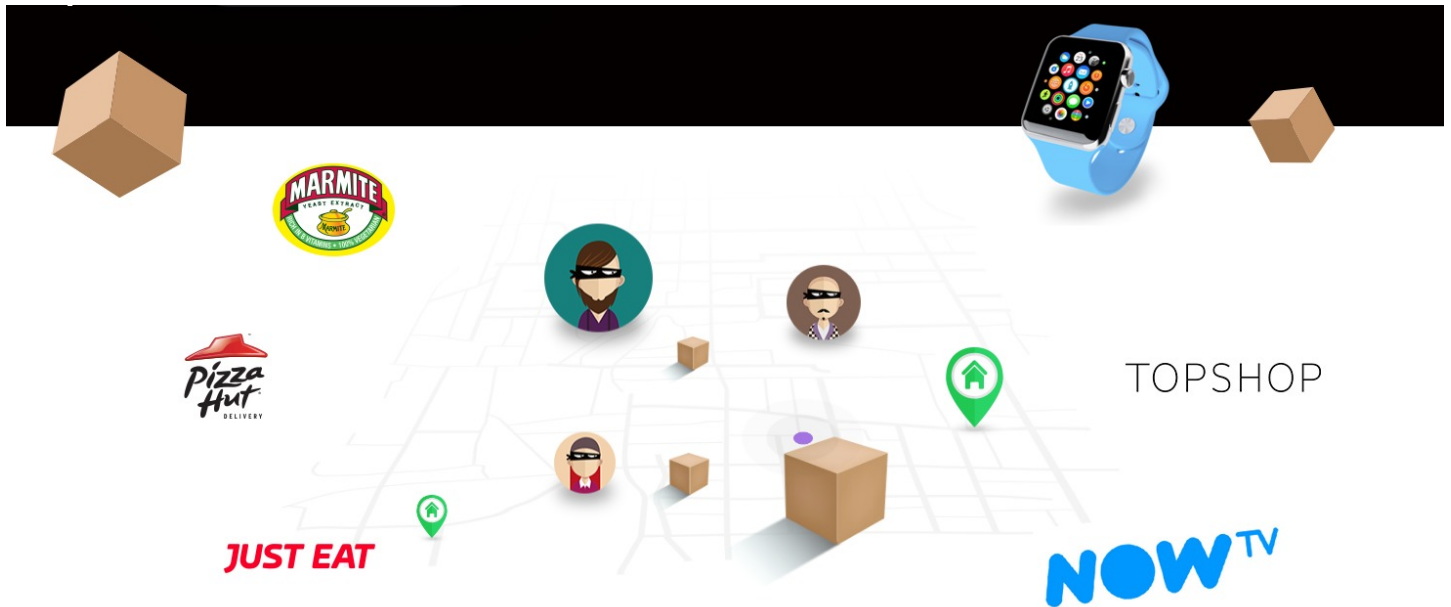


Appdate: Waarom AH to go een eigen app heeft

15-02-2017 09:59



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 AH to go, bol.com en Snatch.

AH to go

Albert Heijn had natuurlijk al de Appie-app en er is ook een eigen applicatie voor het magazine Allerhande. Nu heeft de supermarktketen ook een AH to go-app uitgebracht. Klanten krijgen daarmee exclusieve deals en kunnen sparen voor gratis producten.

De app bestaat uit stapeltjes kaarten die klanten kunnen swipen om te lezen of activeren. Elk moment van de dag – rond het ontbijt, lunch of diner – heeft eigen stapels voor deals, spaarkaarten en inspiratie en tips. In de app zit een klantenkaart die bij de kassa van AH to go wordt gescand om van de korting of spaarkaart gebruik te maken. Klanten kunnen bij de ‘evening deal’ vanaf vijf uur ‘s middags bijvoorbeeld korting op maaltijdsalades of iets te drinken verwachten. Door de dealkaart omlaag te slepen en de klantenkaart te scannen bij het afrekenen wordt de korting verrekend. Met de spaarkaart kunnen gebruikers onder meer sparen voor gratis koffie, thee, fruit, croissants, cola, smoothies en nootjes. Als ze één van de producten kopen en hun klantenkaart scannen, ontvangen ze automatisch een spaarpunt. Bij een volle kaart wordt het gratis product automatisch bij de kassa verrekend.

Bol.com

Augmented reality wordt wel vaker in de woonbranche toegepast. Zo is de catalogus van IKEA al een aantal jaar voorzien van dit leuke extraatje. Wayfair haalde onlangs nog de [Appdate](#) met zijn Patio Playground-app, waarmee consumenten in een digitale buitenwereld aan de slag kunnen met zijn meubels. Nu heeft ook

bol.com een app uitgebracht waarmee je meubels thuis kunt bekijken.

De app is ontwikkeld in samenwerking met INDG en moet vooral uitkomst bieden bij de online aanschaf van grotere en duurdere woonartikelen. De app heeft de populaire artikelen uit de woonwinkel van bol.com opgenomen, die uit ruim vierhonderdduizend artikelen bestaat. Gebruikers kunnen vooralsnog kiezen uit zo'n 120 meubels, waaronder tafels, banken, kasten en stoelen. De artikelen zijn in de webshop te herkennen aan de melding 'Bekijk deze artikelen in je eigen woonkamer'. De app is vooralsnog alleen beschikbaar met een iPhone of iPad. Voor een weergave in 3D kan de iPhone in een VR-bril worden geplaatst.

Ook zusterformule Albert Heijn gaat overigens weer aan de slag met augmented reality. Na onder meer virtuele dino's, is nu de Efteling-actie uitgebreid met een snufje virtuele realiteit.

Snatch

We blijven nog even in de hoek van augmented reality. Unilever heeft namelijk een bedrag van zes getallen betaald voor een minderheidsbelang in Snatch. Deze app heeft veel weg van Pokémon Go, dat vorig jaar heel even ongekend populair was. Gebruikers gebruiken ook bij Snatch een kaart om te zoeken, in dit geval naar pakketjes. Via deze virtuele zoektocht kunnen ze fysieke prijzen winnen. Door het virtuele pakketje zes uur te verdedigen tegen 'aanvallen' van andere spelers, kunnen ze hun prijs op een locatie in de buurt ophalen.

Inmiddels zijn 25 retailers en merken bij de nieuwe app van Snatch aangesloten, waaronder Topshop, Topman en Marmite van Unilever zelf. Zij kunnen hun eigen aanbod beschikbaar stellen om de gebruikers van de app lekker te maken voor hun merken of producten. Inmiddels is er voor vijftien miljoen pond aan prijzen beschikbaar. Het team achter Snatch hoopt eind maart honderdduizend gebruikers te bereiken.