Sephora opent twee tech-flagshipstores

06-04-2017 08:45



Sephora heeft verschillende digitale toepassingen in zijn twee nieuwe flagshipstores in New York geïntroduceerd. De belangrijkste is The Beauty Workshop, de centrale tafel met 26 iPads voor workshops.

Bij The Beauty Workshop kunnen klanten in groepen workshops volgen en gebruikmaken van Virtual Artist. Daarmee kunnen zij verschillen beautyproducten kiezen, en via de iPad direct zien hoe die staan op bijvoorbeeld hun gezicht of nagels. Iedere werkplek is uitgerust met wifi, zodat klanten elkaars looks digitaal kunnen uitwisselen. Ook krijgen bezoekers via de iPad toegang tot The Beauty Board, Sephora's shoppable galerij met user-generated content.

Verder is er de Beauty Studio, waarop klanten via touchscreens informatie kunnen krijgen over producten om de juiste keuze te maken. Ook kunnen zij daar via de exclusieve InstaScent-technologie een passende serie van luchtjes selecteren, op basis van hun voorkeuren, voordat zij een specifieke keuze maken.

In de winkel aan 34th Street, de grootste van Sephora in Amerika, is de Moisture Meter geïntroduceerd. Dat is een digitale tool die nauwkeurig de hoeveelheid vocht in de huid meet om de juiste producten voor de klant te kunnen selecteren. Verder is de zogeheten Tap and Try-technologie aanwezig, waarmee klanten lip- en wimperproducten virtueel kunnen proberen.

Bekijk foto's van de winkels op RetailWatching.