Farfetch reikt ‘winkel van de toekomst’ aan

13-04-2017 07:58



Farfetch komt met een totaaloplossing voor luxeretailers waarbij de online en fysieke wereld verbonden worden. Het concept wordt later dit jaar in zijn winkel Browns in Londen geïntroduceerd, evenals in de flagshipstore van Thom Browne in New York.

Topman José Neves wijst erop dat vandaag de dag 92 procent van de luxeverkopen nog in fysieke winkels plaatsvinden. In 2025 is dat, ondanks de verdere groei van online, nog altijd 75 procent. Daarom wordt het tijd dat er ook in fysieke winkels relevante data wordt verzameld, stelt hij. “Retailers moeten een manier vinden om informatie over hun klanten te verzamelen als ze in de winkel zijn, net als ze data verzamelen uit online zoekopdrachten.”

In de ‘Store of the Future’-oplossing is onder meer plek voor een scanner die klanten in staat stelt ‘in te loggen’ met hun smartphone als ze de winkel ingaan. Daardoor kan de winkelmedewerker zijn profiel zien, met onder meer eerder gekochte items en een wensenlijst. Verder is het kledingrek zo ontworpen dat geregistreerd wordt welke items worden opgepakt, waarbij de klant ze in de app naar een wensenlijst kan swipen. Slimme spiegels in de winkel maken het mogelijk om door zowel het aanbod in de winkels als op het internet te zoeken.

Farfetch, dat honderden boetieks over de hele wereld een online platform biedt, komt met oplossingen op maat voor deze fysieke winkels en aangesloten merken. De Amerikaanse etailer kondigt verder een samenwerking aan met Gucci, waardoor klanten online orders bij wereldwijde flagshipstores van het luxemerk

kunnen plaatsen. De bestelling wordt vervolgens binnen negentig minuten thuisbezorgd.