AH to go-app focust zich op ‘ontzorgen’

30-08-2017 09:00



De grootste uitdaging voor de app van AH to go is omgaan met de haast van klanten. “We gaan de komende tijd daarom onze opties aftasten om nog meer te ontzorgen”, zegt manager loyalty & online marketing Janine Voerman tegen Emerce.

AH to go is voornamelijk gevestigd op plekken waar klanten weinig tijd hebben. Klanten mogen daarom niet te veel tijd kwijt zijn om een coupon in te wisselen of te sparen, zegt Voerman. Het risico bestaat dan dat gebruikers afhaken. Bij het ‘ontzorgen’ denkt zij onder meer aan het sneller en beter wijzen op de aanbiedingen. Ook is een samenwerking gestart met Blendle, waarbij app-gebruikers een maand gratis van de online kiosk gebruik kunnen maken. Albert Heijn hoopt daarmee vooral jongeren te bereiken.

Voerman noemt geen concrete doelstellingen of resultaten van de app, maar spreekt van een ‘leerfase’. Zo wil de supermarktketen ermee ontdekken wat wel en niet werkt en hoe dat verschilt per locatie. AH to go heeft zijn eigen app sinds ongeveer een half jaar.