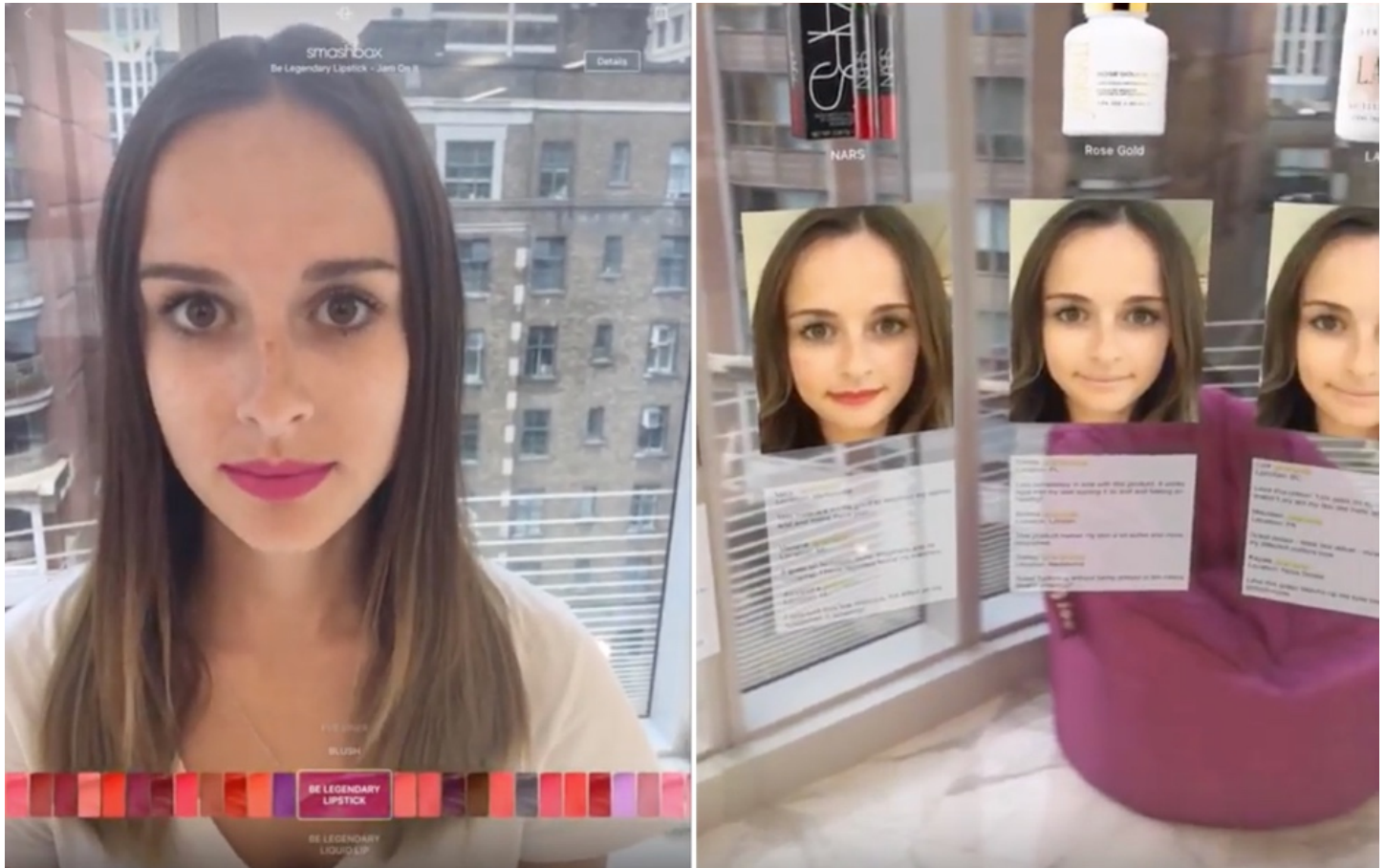


Appdate: Een virtuele beautywinkel

30-08-2017 10:57



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. RetailTrends geeft wekelijks een overzicht van drie apps die meer dan de moeite waard zijn. Deze week apps van KFC, Modiface en Ocado.

KFC

De Indiase tak van Kentucky Fried Chicken geeft de definitie van 'fastfood' een nieuwe dimensie met de introductie van zijn One-Click Button. Met deze knop, die zowel in fysieke vorm beschikbaar is als digitaal via de app, kunnen klanten met één druk op de knop of klik bestellen. De knop moet eenmalig ingesteld worden, waarbij eerdere bestellingen worden geladen. Vervolgens kunnen gebruikers die bestellen door op de knop te drukken. Via een notificatie die zij even later krijgen, kan de bestelling bevestigd of geannuleerd worden.

Bij het instellen moet ook het adres worden ingevoerd, zodat de dichtstbijzijnde KFC-vestiging kan worden gekoppeld. Met One-Click creëert KFC volgens cmo Lluís Ruiz Ribot 'een compleet nieuwe bestelervaring in de QRS-categorie'. "We zijn ervan overtuigd dat dit online bestellingen een impuls zal geven."

Modiface

De Arkit-technologie van Apple lijkt aan te slaan binnen de retailindustrie. Eerder al maakte [IKEA](#) bekend daarmee een app te lanceren waarmee gebruikers virtueel meubels in een huis kunnen plaatsen. Nu is het Modiface, ontwikkelaar van apps voor de schoonheidsindustrie, die er een heuse virtuele beautywinkel mee

heeft gemaakt.

Gebruikers kunnen met de app virtueel lippenstift opsmeren en zo zien welke kleur goed staat. De app toont intussen een virtuele winkel, waarin klanten producten beter kunnen bekijken door hun telefoon erop te richten. Ook kunnen ze zo reviews van de producten bekijken. "Je krijgt bijna het gevoel dat dit deel uitmaakt van de echte wereld", zegt Modiface-ceo Parham Aarabi. De ontwikkelaar wil zijn app niet beperken tot lippenstift en uiteindelijk een volledige virtuele schoonheidswinkel creëren.

Ocado

Ocado heeft een app gelanceerd waarmee klanten kunnen bestellen via Amazon Alexa. De etailer is naar eigen zeggen de eerste Britse supermarkt die met de stemgestuurde Amazon-assistent werkt. Gebruikers kunnen via de app met hun stem producten toevoegen aan hun winkelmandje. Ook kunnen ze informatie over producten en inspiratie voor recepten krijgen. Verder kunnen ze hun bestelling volgen, door het commando 'where is my order' in te spreken.

Boodschappen doen moet snel en gemakkelijk zijn, zegt marketing & commercial director Lawrence Hene van Ocado. "De vraag van consumenten naar gemakkelijke manieren om te shoppen groeit snel." De app is sinds dinsdag te downloaden. Verder heeft Ocado een 'conversational service' ontwikkeld voor zijn app. Deze kunstmatige intelligentie-tool doet suggesties voor zowel bijpassende als eerder gekochte producten.