

Appdate: Zo shop je voor duizenden euro's in VR

27-09-2017 12:11



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 Swarovski, Sainsbury's en Luxify.

Swarovski

Onlangs zagen we al hoe IKEA augmented reality toepaste [in een nieuwe app](#), om potentiële klanten virtueel meubels te laten plaatsen in hun huis. Dat kunnen wij ook, dachten ze bij juwelenmerk Swarovski. Samen met MasterCard lanceerde het een app om virtueel tentoongestelde producten van zijn decoratielijn Atelier Swarovski te kopen. Die bestaat uit met name kristallen items, gemaakt door enkele van 's werelds meest vooraanstaande designers.

Gebruikers hebben een VR-headset nodig, want in tegenstelling tot bij de IKEA-app gaat het om een fictieve woonkameromgeving. Vervolgens zijn verschillende producten te zien, inclusief beschrijvingen, prijs en in sommige gevallen een video over hoe ze gemaakt zijn. De prijzen lopen uiteen van 325 tot 5500 dollar. Producten zijn met een Masterpass-account direct via de app af te rekenen. De app is vooralsnog alleen beschikbaar in de Verenigde Staten, maar MasterCard zint op verdere uitrol.

Sainsbury's

Het versimpelen van het afrekenproces lijkt steeds meer een speerpunt te worden wat betreft de technologische ontwikkelingen binnen supermarkten. Ook Sainsbury's test nu een mogelijkheid voor klanten om de kassarij over te slaan. Daarvoor heeft het een eigen app ontwikkeld die op kleine schaal wordt getest bij een winkel op station Euston in Londen.



Sainsbury's



0 in trolley

3 max



Klanten kunnen de app downloaden en vervolgens met de camera van hun smartphone de streepjescodes van producten scannen en in hun winkelmandje leggen. Daarna kunnen ze binnen de app afrekenen en de winkel verlaten. Of we snel grootschalige uitrol kunnen verwachten, is overigens nog maar de vraag. Want hoewel een woordvoerder zegt niet bang te zijn voor een toename van de winkeldiefstal, wordt aan veiligheidsmaatregelen nog gewerkt. Tot die tijd is de applicatie vooral geschikt voor 'on the go' shoppen op het station, want er kunnen maximaal drie producten worden afgerekend.

Luxify

On the go shoppen is niet alleen iets voor boodschappen, maar ook voor luxeproducten. Dat vindt in ieder geval Luxify, de grootste online marktplaats voor luxe-artikelen in Azië. Daarom heeft het een app voor zijn platform gelanceerd waarop gebruikers meer dan zestigduizend producten van ruim tweeduizend internationale luxemerken kunnen vinden. Het aanbod gaat van kunst en antiek tot horloges en auto's. Alles bij elkaar staat er voor 160 miljard dollar aan items te koop op Luxify.

De app laat gebruikers zoeken en browsen langs producten, contact leggen met verkopers en onderhandelen over prijzen. Ook is direct een deal te sluiten via de app. Online luxeverkopen groeien veel harder dan offline, zegt medeoprichter Florian Martigny van Luxify. Aziatische luxeshoppers behoren volgens hem tot de meest verbonden demografische groepen. "Deze shoppers hebben online interacties voordat ze beslissen wat ze kopen, waar ze dat doen en hoeveel ze willen betalen voor een luxeproduct."