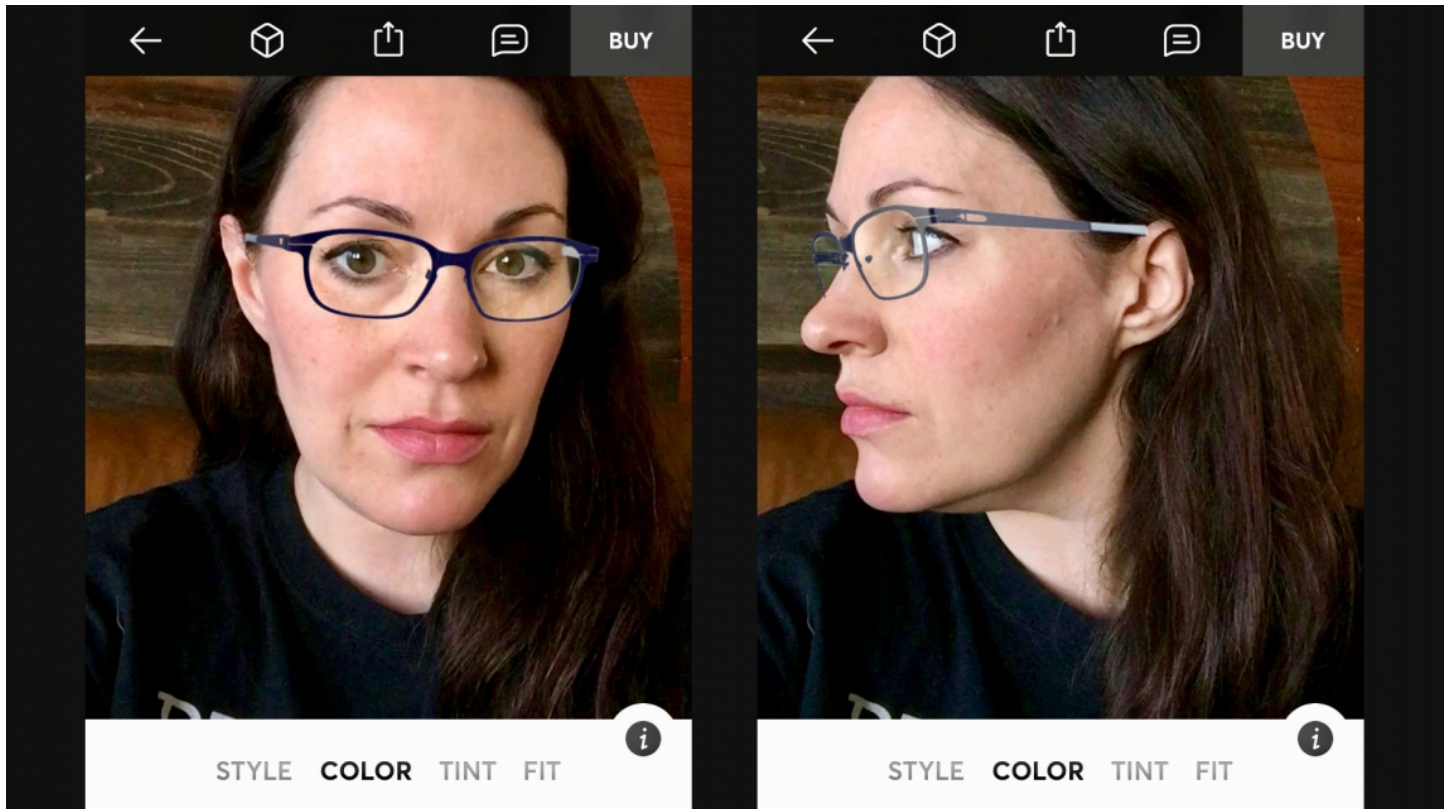


Appdate: Hoe AR Toys'R'Us moet redden

04-10-2017 12:03



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 Toys'R'Us, Topology en Facebook.

Toys'R'Us

Toys'R'Us mag dan in zware financiële problemen verkeren, maar dat weerhoudt de speelgoedketen er niet van te investeren in een technologische noviteit. Vorige week werd de app Play Chaser gelanceerd, een AR-toepassing die klanten in de winkel kunnen gebruiken. Daarvoor moeten zij verschillende Play Chaser-logo's in de winkel scannen, waarna er verschillende spelletjes ontsloten worden. Zo kunnen gebruikers virtueel basketballen, maar is er ook een game waarmee spelers virtueel een pop kunnen verzorgen.

De spelletjes worden uitgelegd door de bijbehorende mascotte Geoffrey de giraffe. Spelers kunnen ook tegen elkaar spelen en zo sterren verzamelen, die worden bijgehouden op een scorebord. Met de app hoopt Toys'R'Us meer klanten naar zijn winkels te trekken. In eerste instantie loopt een pilot bij 23 vestigingen, maar eind deze maand moet dat uitgebreid worden naar alle winkels.

Topology

Apps om make-up virtueel uit te proberen zijn er al genoeg, dus waarom geen brillen? Topology Eyewear ontwikkelde een AR-toepassing waarmee gebruikers via een 3D-scan op hun gezicht kunnen kijken hoe een bril staat. Gebruikers moeten een video van hun gezicht maken, zodat de app de vorm van het gezicht goed kan scannen om een op maat gemaakte bril te maken. Vervolgens kunnen gebruikers bij de aangeboden virtuele brillen zelf de hoogte en breedte van de lenzen en enkele andere eigenschappen aanpassen.

Is de bril eenmaal perfect op maat, dan is die direct via de app aan te schaffen. De prijzen lopen uiteen van 495 tot achthonderd dollar, maar volgens initiatiefnemer Eric Varady is dat geen belemmering. Hij richt zich vooral op consumenten die dat soort bedragen toch al uitgeven aan brillen, maar die nog nooit een perfect op maat gemaakt exemplaar in combinatie met het gemak van shoppen vanuit huis hebben gehad.

Facebook

Facebook zet in ons land een volgende stap in e-commerce, dit keer gericht op tickets voor evenementen. Die zijn voortaan direct vanuit de app van de sociaalnetwerksite te bestellen. Eerder was die dienst al beschikbaar in de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Eventbrite hoopt met de stap minder afhakers te hebben in het afrekenproces. Bij elke tussenstap die klanten hebben haakt volgens de ticketverkoper tien procent af. Bovendien zouden kopers twee keer zo vaak bereid zijn een kaartje te kopen als zij binnen de appomgeving van Facebook kunnen blijven dan wanneer zij naar een extern platform worden doorgestuurd.

De dienst is beschikbaar voor alle organisatoren die via Facebook een event aanmaken. Uit de ervaringen in andere landen blijkt volgens Facebook dat er dankzij de koppeling meer tickets verkocht worden en events drukker worden bezocht.