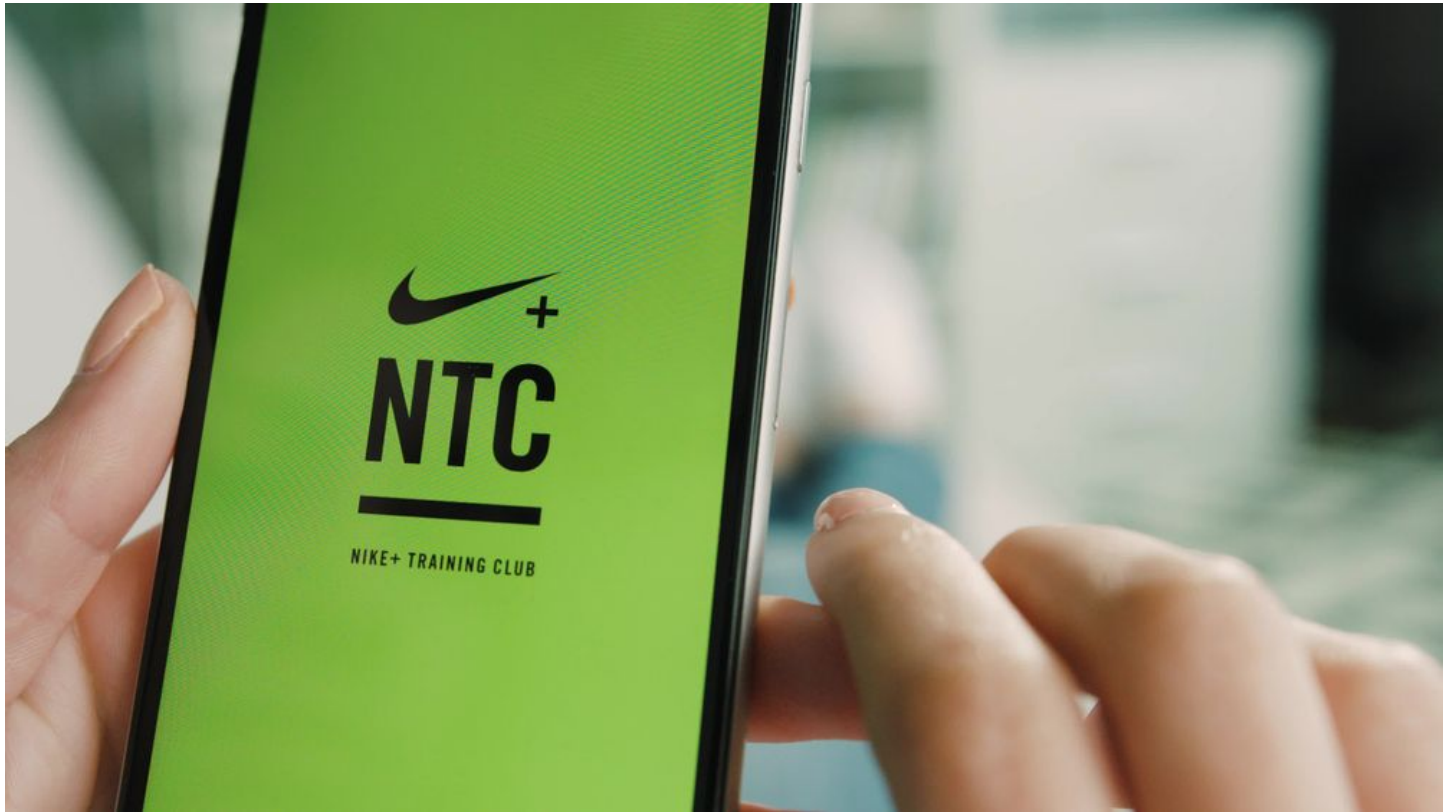


Appdate: Zo brengt Carrefour alle klantinteracties bij elkaar

07-02-2018 14:47



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 Nike, Carrefour en Snapchat.

Nike

Nike lanceerde vorig jaar al de toevoeging NikePlus Unlocks aan zijn Nike+-app, maar heeft de functies daarvan nu flink uitgebreid door een reeks samenwerkingen. Zo zijn partnerships gesloten met Apple Music, ClassPass en Headspace. Door de eerste kunnen gebruikers bij de aanschaf van een nieuw product vier maanden gratis Apple Music krijgen. Via ClassPass is het mogelijk lessen te volgen in een sportschool, bij aanschaf van een Nike-product.

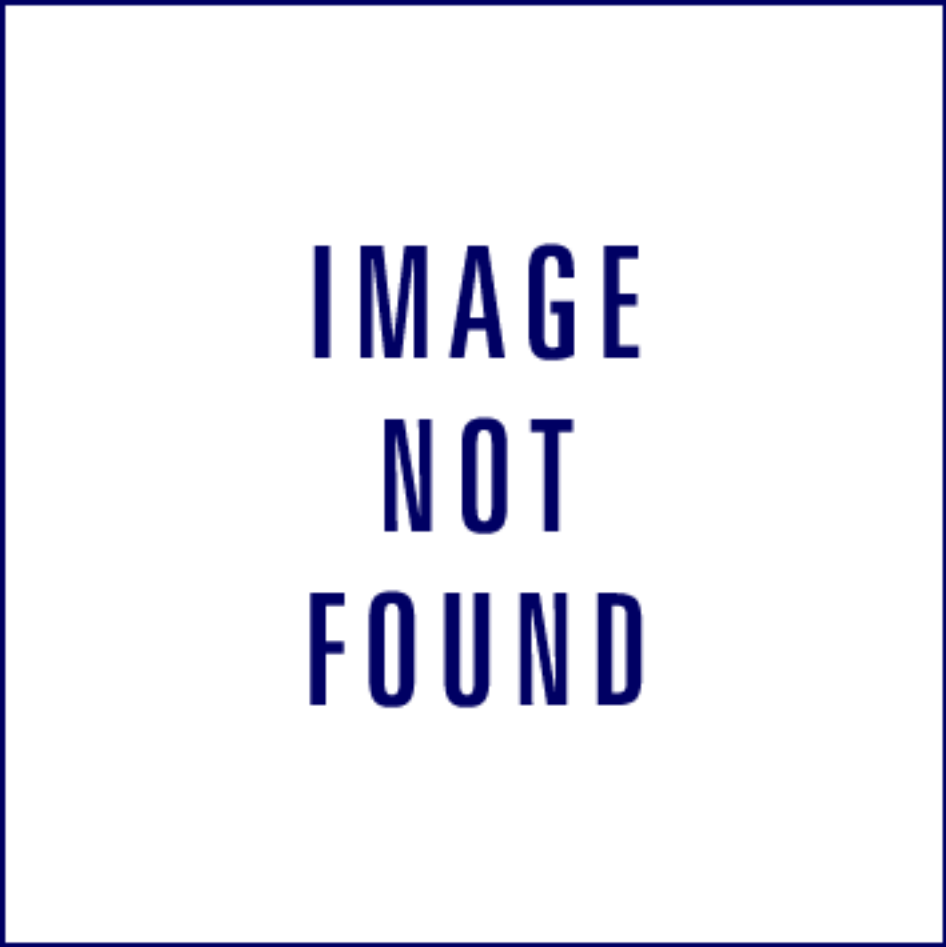


IMAGE
NOT
FOUND

Sporters kunnen ook verder punten verdienen in de Nike Training Club-app voor het aantal kilometers dat ze afleggen of workouts die ze doen. Daarmee krijgen ze toegang tot exclusieve afspeellijsten van meditatie-app Headspace. Tot slot is er de zogeheten Birth Month-promotie, waarbij je extra kortingen krijgt in je geboortemaand.

Carrefour

Alle transacties van een klant digitaal bij elkaar in één app. Dat is kortgezegd wat Carrefour gerealiseerd heeft met de update van zijn mobiele applicatie. De belangrijkste vernieuwing is de digitalisering van de kortingsbonnen en Bonuspunten. Daardoor is de tijd waarin klanten er in de rij aan de kassa achter komen dat zij hun oude bonnen met kortingsbonnen vergeten zijn voorbij, schrijft Gondola. In de nieuwe app worden die automatisch weergegeven, zodat het kassasysteem er automatisch rekening mee houdt wanneer de Carrefour Bonus Card - eveneens via de app - wordt gescand.

Een andere vernieuwing is dat klanten voortaan hun aankoopgeschiedenis kunnen terugzien. Ze kunnen hun favoriete producten zoeken en selecteren, en vervolgens aan een online bestelling toevoegen. Tot slot kan via de applicatie de winkelvoorraad gecontroleerd worden. De toevoegingen zijn volgens Carrefour 'een serie handige en in België ongeziene functionaliteiten'.

Snapchat

Na de app-only supermarkt van Picnic is er nu ook een app-only merchandisewinkel van Snapchat. Gebruikers kunnen in de zogeheten Snap Store onder meer terecht voor enkele shirts en een pluche knuffel van zijn logo. De digitale winkel is te bezoeken door een code op de website van Snapchat te scannen met de smartphone.

Gebruikers krijgen dan toegang tot producten die voor een beperkte periode verkocht worden.



**IMAGE
NOT
FOUND**

Snapchat ziet de app-winkel niet als een serieuze inkomstenbron. Wel wil het bedrijf merkloyaliteit kweken en het potentieel van 'in-app commerce' aantonen. Eerder introduceerde de videodienst al shoppable producten op zijn platform.