Appdate: Een auto kopen of leasen was nooit zo makkelijk

21-03-2018 10:50



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 Macy's, Infiniti en Cheetos.

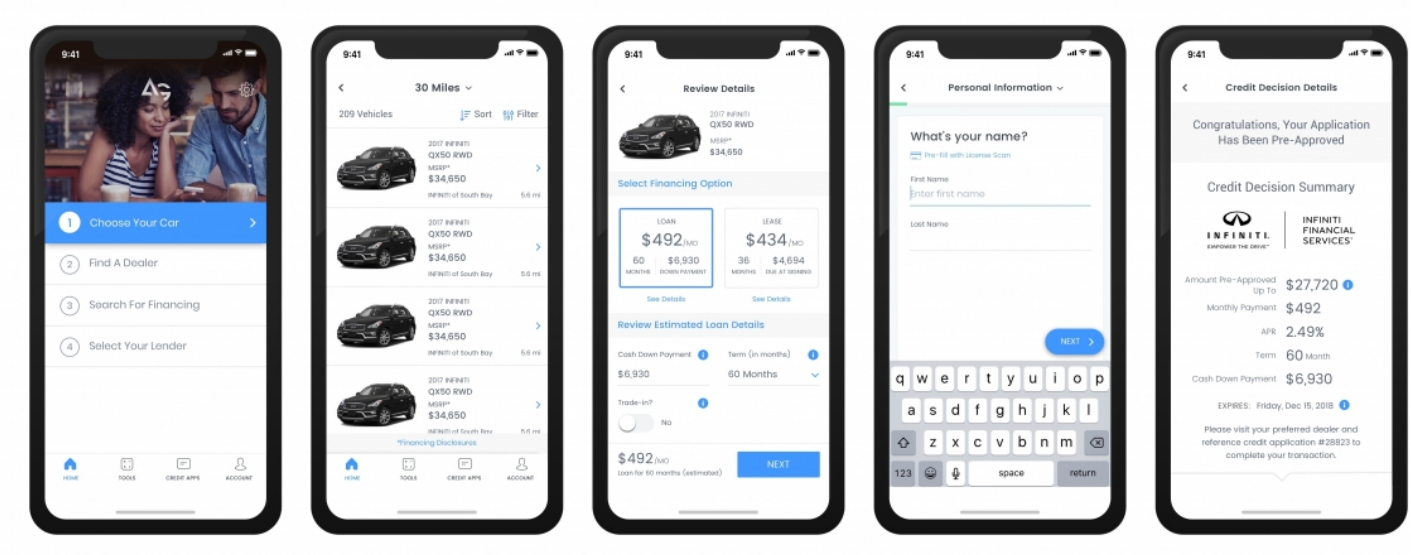
Macy’s

Macy’s doet een nieuwe poging om zichzelf te redden. Dit keer door middel van een nieuwe app genaamd ‘mobile checkout’. De app biedt consumenten de mogelijkheid om met hun mobiel zelf af te rekenen, wat de transacties met Macy’s in de winkel zou moeten versnellen. Daarmee haakt de Amerikaanse warenhuisketen in op een ware trend onder retailers.

Om de service te gebruiken, moeten klanten de Macy's-app downloaden en inloggen op Macy's wifinetwerk. Klanten kunnen de items die ze willen kopen scannen met de ingebouwde scanner van de app. Zodra klanten klaar zijn om af te rekenen, kunnen ze met hun vooraf geregistreerde creditcard betalen om de transactie te voltooien. Vanaf daar lopen ze naar de speciale counters die in de buurt van de kassa's worden opgezet, zodat medewerkers de aankoop kunnen verifiëren, beveiliging labels kunnen verwijderen en hun items in kunnen pakken. Naast zelf afrekenen met je mobiel zal er in de app een augmented reality-winkelervaring voor meubels worden geïntegreerd. De uitrol daarvan begint in april. Met deze service kunnen klanten hun meubels in een virtuele ruimte plaatsen, zoals we onder meer kennen van IKEA.

Infiniti

Met je mobiel een auto kopen? Het kan nu ook bij Infiniti, dat ervoor een samenwerking is aangegaan met AutoGravity. Via de app van het Amerikaanse techbedrijf hebben consumenten voortaan toegang tot gepersonaliseerde retail- en lease-aanbiedingen. Ze kunnen elk Infiniti-voertuig uitkiezen en aanbiedingen van IFS (Infiniti Financial Services) binnen enkele minuten bekijken op hun mobiel. Op basis van de kleur en andere kenmerken die worden uitgekozen, toont het platform op basis van geo-locatie de dichtstbijzijnde retailer. Daar kunnen ze een van de maximaal vier persoonlijke aanbiedingen verzilveren.



AutoGravity maakt naar eigen zeggen gebruik van eigen technologie om het autofinancieringsproces radicaal te veranderen. Dat doen ze door consumenten, kredietverstrekkers en retailers te verbinden via een moderne digitale marktplaats. AutoGravity werkt samen met vooraanstaande banken en bedrijven zoals IFS om consumenten gemak, transparantie en keuzemogelijkheden te bieden. De app werd in de zomer van 2016 gelanceerd en telt inmiddels anderhalf miljoen downloads.

Cheetos

Cheetos nodigt fans uit om de wereld in een ander daglicht te zien. Dankzij de nieuwe ‘Cheetos Vision’-app alles transformeren in een ‘Cheetos creatie’. De app gebruikt een kunstmatige intelligentie-aangedreven camera, die alles wat je ziet in Cheetos verandert. De app stelt gebruikers in staat om hun eigen gemaakte afbeeldingen en video’s rechtstreeks op social media delen.

“Het merk van Cheetos is altijd opzoek naar plezier, dus het is niet meer dan logisch dat we een app hebben gemaakt die fans de wereld door een Cheetos-lens laten zien,” aldus Rachel Ferdinando, vice president marketing van eigenaar Frito-Lay Noord-Amerika. De app werd begin deze maand gelanceerd tijdens het wereldwijde interactieve festival South by Southwest (SXSW) in Austin, Texas.