

Appdate: Albert Heijn gaat voedselverspilling te lijf

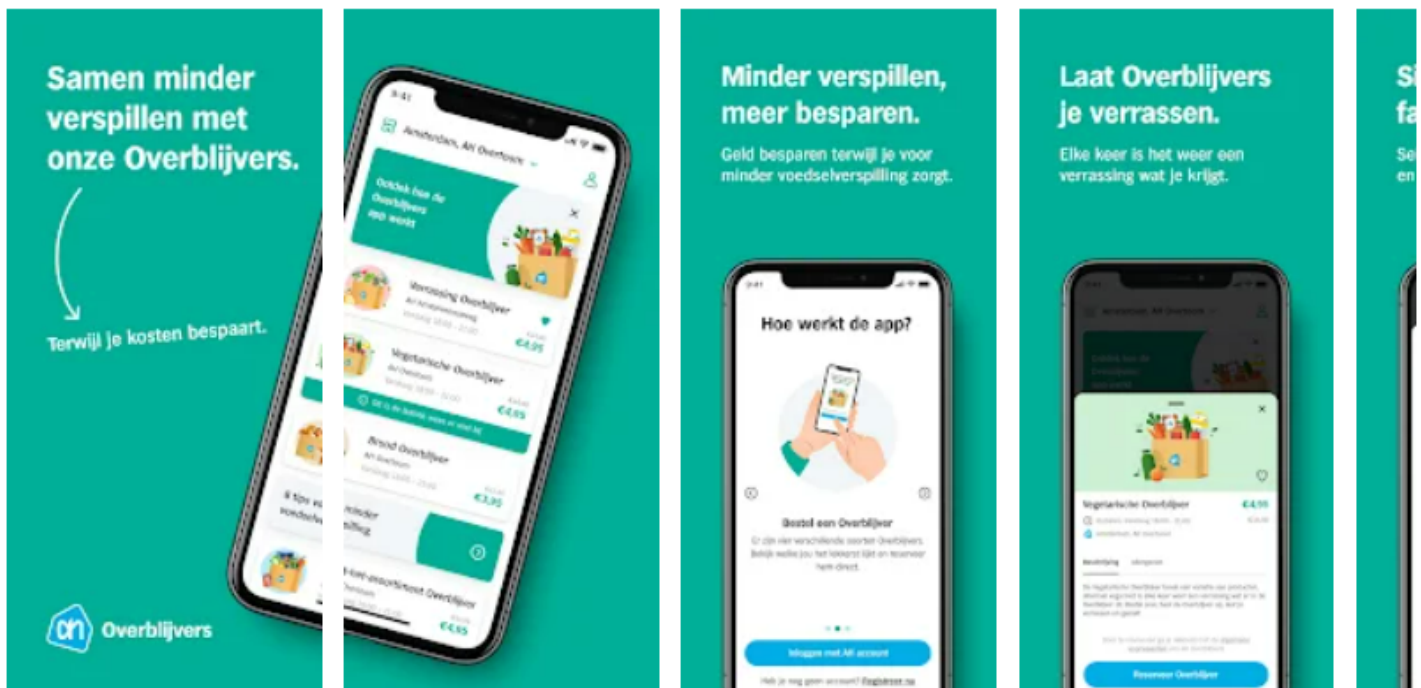
12-01-2022 12:44



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 Albert Heijn, Nike en Plus.

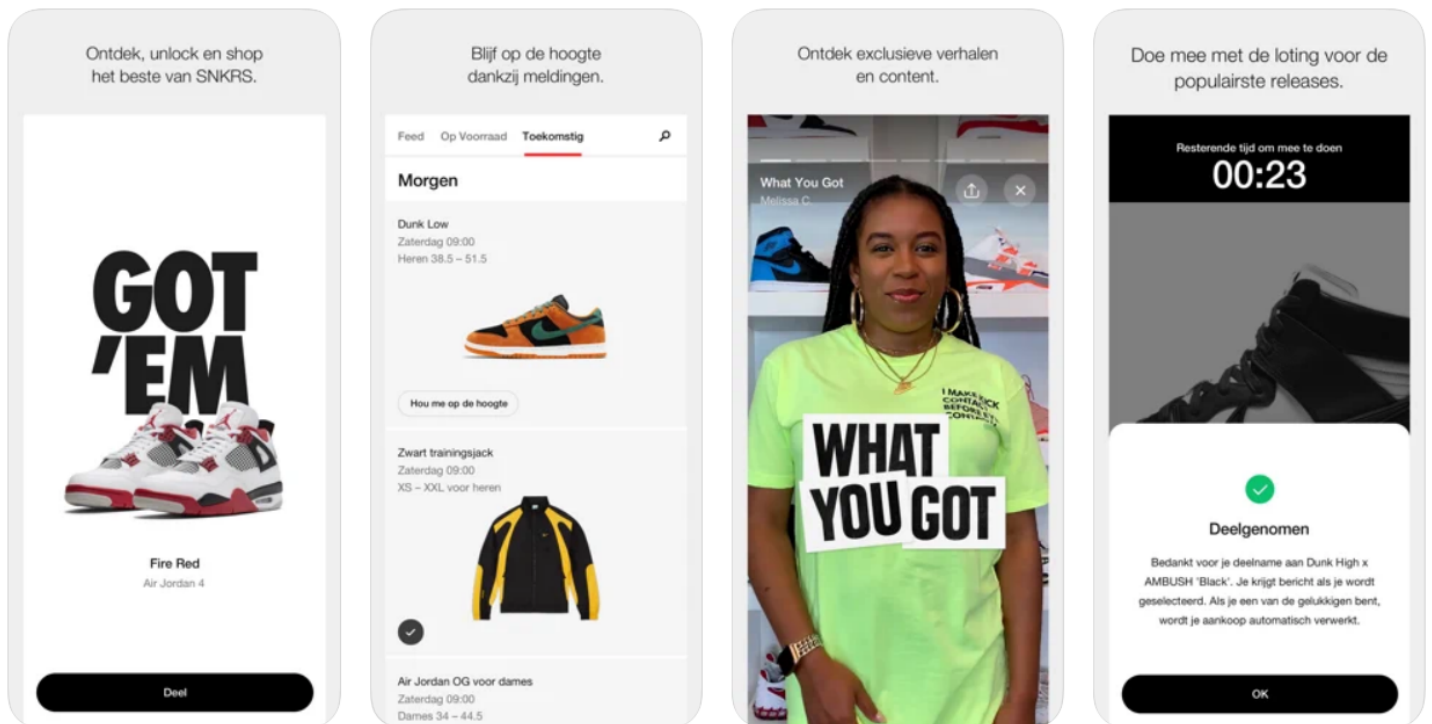
Albert Heijn

Met de nieuwe app Overblijvers wil Albert Heijn voedselverspilling tegengaan. Via de app kunnen klanten tasjes kopen die gevuld zijn met producten waarvan de houdbaarheidsdatum bijna is verstreken. Daarop krijgen ze korting. In de app kunnen klanten zien welke producten beschikbaar zijn in een supermarkt in de buurt. Na een reservering kunnen ze de overblijvers afhalen op een vooraf gekozen moment. Het gaat vooralsnog om een testfase waar tien supermarkten aan deelnemen. Later hoopt Albert Heijn de dienst uit te breiden naar meer winkels.



Nike

Nike gaat via zijn Snkrs-app, waar het merk vaak nieuwe 'limited edition' sneakers lanceert, strenger selecteren wie deze producten mogen aanschaffen. Zo gaat Nike werken met een scoresysteem dat berekent hoe toegewijd klanten zijn aan het merk. Hoe meer toewijding, des te groter de kans dat iemand een exclusieve sneaker kan bemachtigen. Een nieuw algoritme van het sportmerk berekent de productaffiniteit van klanten op basis van hun loyaliteit en *engagement*. Het merk kijkt bijvoorbeeld in hoeverre mensen livestreams bekijken en reageren op content. Met de toewijdingsscore wil Nike naar eigen zeggen macht teruggeven aan de echte merkfans.



Plus

Ook Plus is bezig klanten meer inzicht te geven in welke producten gezonder zijn dan andere. Zo laat de retailer net als concurrent Albert Heijn met het voedselkeuzelogo Nutri-Score zien hoe de producten op het gebied van gezondheid scoren. Het gaat vooralsnog om een pilot waarbij de Nutri-Score zichtbaar is op drieduizend huiskamerproducten. De score zijn zichtbaar op de elektronische schaplabels in de winkel, via de website en in de app van de supermarktketen. Plus verwacht dat het logo nog in de eerste helft van dit jaar landelijk wordt geïntroduceerd.

