

# Q&A Jam Session

Terugblik op januari 2017

Deze maandelijks update geeft inzicht in de trends die je in de afgelopen maand niet hebt mogen missen! Met het doel te informeren en inspireren zijn de trends beschreven aan de hand van 'why is it cool?' en 'wat is het doel?'. De trendcategorieën die deze maand centraal staan zijn: Transparantie, Prioritijd en Consuminderen. Op pagina 4 kun je meer informatie vinden over het Retail Outlook Event.



## Transparantie

De consument verwacht dat de retailer open en eerlijk is en bewust omgaat met milieu en natuur.

## ICA gaat groente en fruit laseren

### Why is it cool?

De Zweedse supermarktketen ICA gaat biologische groente en fruit merken. Dit gaat hij doen met behulp van 'natural branding' waarvoor hij samenwerkt met Nature & More. Met natural branding, een biologische variant op merken met een laser, wordt wat pigment verwijderd uit de buitenste laag van de schil. Hierdoor wordt de smaak of houdbaarheid niet beïnvloed.



click of scan



### Wat is het doel?

Momenteel worden gewone avocado's onderscheiden van biologische avocado's door gebruik te maken van een plastic verpakking. De meest duurzame vorm om onderscheid te maken is echter door niet te verpakken. ICA gaat daarom nu de producten merken via de 'natural branding', zodat er kilo's plastic bespaard kunnen worden. De producten worden gemerkt, zodat voorkomen wordt dat onder andere biologische avocado's en zoete aardappelen worden afgerekend als gewone varianten. Benieuwd hoe de producten gemerkt worden? Scan de QR-code en bekijk de video.

## T-Mobile biedt Unlimited abonnement aan

### Why is it cool?

Sinds 16 januari biedt T-Mobile consumenten een onbeperkt abonnement genaamd Go Unlimited EU aan. Een abonnement voor slechts 35 euro per maand waarmee men in Nederland onbeperkt kan sms'en, bellen en onbeperkt gebruik kan maken van data. In de EU kan men ook onbeperkt bellen en sms'en. Met het Go Unlimited EU abonnement kun je in de EU ook zestig dagen onbeperkt data gebruiken.

### Wat is het doel?

T-Mobile is de eerste aanbieder die met een echt onbeperkt abonnement zonder kleine lettertjes komt. Consumenten zijn hierdoor niet langer afhankelijk van WiFi en kunnen altijd online zijn. Het is afwachten wat de andere telecomaانبieders gaan doen om te zorgen dat hun klanten niet gaan overstappen. Wellicht dat dit de start is van een prijzenoorlog in de telecombranche.

## Ekoplaza's ingrediëntenscanner

### Why is it cool?

Ekoplaza heeft een eigen app gelanceerd die men, naast het bestellen van boodschappen en het zoeken van producten, kan gebruiken om de ingrediënten van het product te achterhalen. Door de scanner te gebruiken kan men onder andere inzien welke e-nummers er in de producten zitten. De app laat middels een stoplicht zien hoe 'goed' een product is. De ingrediëntenscanner werkt niet alleen bij Ekoplaza producten, maar op alle levensmiddelen en cosmetica van de supermarkten in Nederland.

### Wat is het doel?

Ekoplaza wil met deze app, en dan met name met de ingrediëntenscanner, de consument helpen om de etiketten op levensmiddelen en cosmetica goed te interpreteren. Ekoplaza denkt namelijk dat consumenten zich er niet van bewust zijn hoe misleidend een etiket kan zijn.



## Prioritijd

Het stellen van prioriteiten door de consument om slim met de schaarse tijd om te gaan.

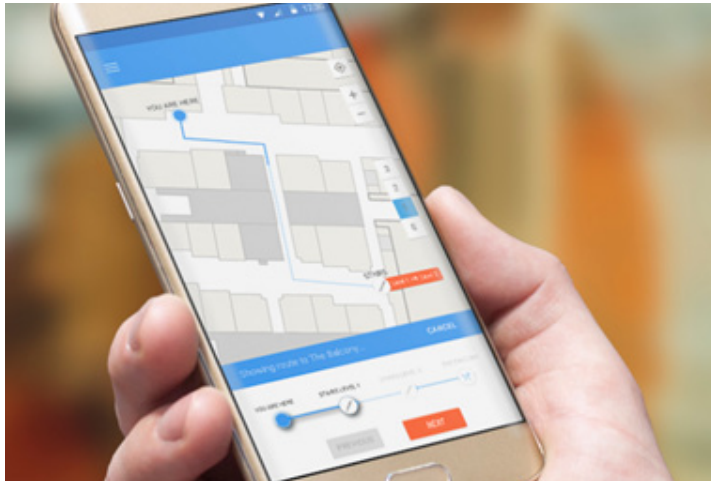
## MapsIndoors verbetert de customer journey



click of scan

### Why is it cool?

Veel consumenten gebruiken verschillende apps als zij naar een concert, winkelcentrum of voetbalwedstrijd gaan. Denk hierbij aan een file app, een flitser app, een parkeer app en de Google Maps app. Het gebruik van zoveel apps is echter niet praktisch. Vervolgens kom je aan bij jouw locatie en begin je aan de volgende zoektocht (toiletten, winkels, zitplekken, etc.). Met de nieuwste dienst MapsIndoors, gebouwd op basis van Google Maps, heb je deze hoeveelheid apps niet meer nodig. Als locatie, bijvoorbeeld een winkelcentrum, kun je namelijk MapsIndoor integreren in je eigen app of website en kun je daarmee de volledige customer journey van je klanten omarmen. Benieuwd hoe het werkt? Scan de QR-code en bekijk het filmpje!



### Wat is het doel?

Twee op de drie reizigers heeft behoefte aan navigatie nadat ze de voordeur uitstappen. Je wilt weten hoe lang het lopen is naar een bepaalde winkel, maar nog belangrijker, aan welke kant je het beste kunt parkeren. MapsIndoors is dan ook niet alleen handig voor voetbalstadions en concertgebouwen, maar ook voor winkelcentra. Naast het feit dat de app de winkelbeleving voor de consument leuker en makkelijker maakt, zijn er ook voordelen voor de winkelcentra. Je weet precies waar de gast op het moment is. Daardoor kun je ter plekke via de app een actie laten sturen. Je weet de route die de bezoekers afleggen, en bij eventuele evacuaties kun je met de app gericht het publiek informeren.

## Supermarkt Hy-Vee beperkt wachttijden met data

### Why is it cool?

Hy-Vee, een supermarktketen in de VS, zet data in om de wachttijden in de winkel te verkorten. Dit wordt gedaan met behulp van sensoren, die de bewegingssnelheid, het aantal mensen in de rij, de inhoud van je boodschappenkarretje en het aantal items op de band meet. Het systeem berekent vervolgens wat de snelste rij is. Aan de hand van lichtjes (groen, geel of rood) wordt aangegeven wat de beste en snelste keuze is. En met resultaat: de wachttijd is al verminderd van ruim vier minuten naar drie minuten.

### Wat is het doel?

Hy-Vee is de volgende in een rij van initiatieven op het gebied van wachttijdreductie. Echter is deze zeer onderscheidend ten opzichte van andere supermarkten, die gebruik maken van minder data of een hele andere techniek. Uiteindelijk gaat het allemaal om het reduceren van de wachttijd en daar is Hy-Vee in geslaagd.

## GeniCan vult je koelkast aan met wat je weggooit

### Why is it cool?

De GeniCan is een slimme prullenbak die het aanvullen van keukenvoorraad makkelijker maakt dan ooit. Op het moment dat je het product dat op is opnieuw wilt bestellen, houdt je deze voor de sensor van de prullenbak. Mocht dit niet meer mogelijk zijn omdat je de verpakking verscheurd hebt, dan heeft de prullenbak ook een voice-optie. De besteldienst schakelt met je smartphone, zodat je ook handmatig dingen kunt aanpassen en je boodschappenlijstje kunt delen. De technologie kost momenteel 125 dollar.



### Wat is het doel?

Er worden steeds meer manieren bedacht om routine aankopen te versimpelen. De toepassingen die Amazon aanbiedt zijn daar goede voorbeelden van. De GeniCan is weer een andere variant waarmee dit gedaan kan worden.



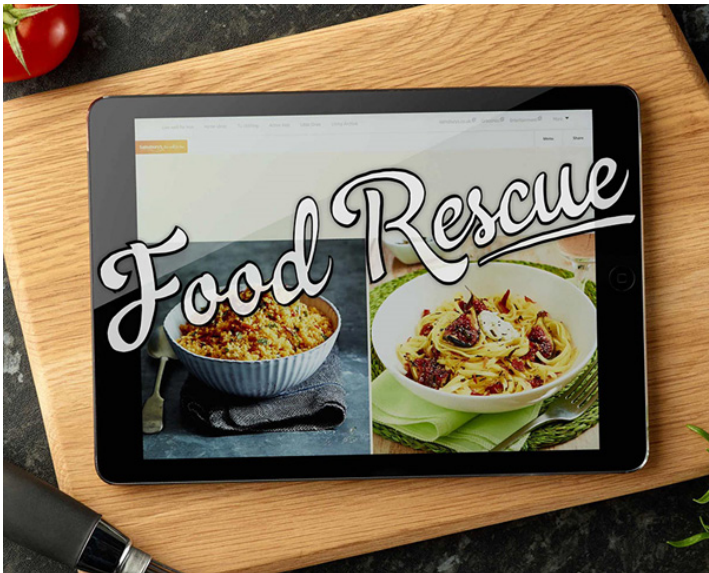
## Consuminderen

Consumenten hebben een terughoudend koopgedrag, maar verwachten wel hoge prestaties van de retailers.

## Sainsbury's bestrijdt voedselverspilling met app

### Why is it cool?

Sainsbury's is bezig met een test app die bijhoudt voor hoeveel geld er voedsel wordt weggegooid. Gebruikers van Winnow, de naam van de app, dienen hun afval te wegen voor ze het weggooien. In de app worden vervolgens het type product, het gewicht en de weggooi reden opgeslagen. Vervolgens worden de actuele prijzen van Sainsbury's eraan gekoppeld, waardoor direct inzichtelijk wordt gemaakt wat de waarde van het afval is. De gebruikers krijgen iedere week een overzicht van hoeveel geld ze hebben weggegooid en hoe ze dit kunnen verbeteren. De app is gebaseerd op de technologie die restaurants gebruiken om hun voedselverspilling in kaart te brengen.



### Wat is het doel?

Veel mensen hebben nog niet door hoeveel voedsel, en daarmee geld, zij weggooien. Met de Winnow app wil Sainsbury's mensen helpen hun shopgedrag aan te passen, zodat zij minder voedsel zullen verspillen. Volgens de eerste resultaten wordt er na een maand al 68 procent minder verspild, wat volgens de Daily Mail een jaarlijkse kostenbesparing van 258 pond zou opleveren. Het plan is om de pilot, die nu door een aantal mensen getest wordt, landelijk uit te rollen.

## Volvo start eigen autodeeldienst

### Why is it cool?

Volvo is bezig om een eigen autodeeldienst op te zetten waarmee klanten op basis van een abonnement tijdelijk een auto kunnen huren. Het concept wordt uitgerold in de grote steden op internationaal niveau. Het is niet voor het eerst dat Volvo dit doet. Sinds 1998 exploiteert Volvo op zijn thuismarkt al een vergelijkbaar concept onder de naam Sunfleet met 1.200 auto's in 50 steden en vijftigduizend abonnees. Zij deden afgelopen jaren 250.000 transacties.

### Wat is het doel?

Volvo heeft een 'shared mobility strategy' en de leendienst is hier onderdeel van. Concurrenten zijn daarbij ook druk met het ontwikkelen van mobiliteitsstrategieën. Autofabrikanten BMW en VW maakten in de afgelopen maanden vergelijkbare plannen voor nieuwe mobiliteitsdiensten bekend. Daarin staat ook niet het bezit maar de beschikbaarheid van de auto's centraal.

## Media Markt gaat elektronica verhuren

### Why is it cool?

Duitse consumenten kunnen honderden elektronica producten huren bij Media Markt. Het gaat hierbij om producten als PlayStations, tv's, camera's, games en wearables. De producten worden verhuurd op maandbasis en consumenten mogen de producten net zo lang huren als zij willen. Wanneer voor het volledige aankoopbedrag aan huur is betaald, kan de consument nog drie keer huur betalen om het product daadwerkelijk aan te kopen. In het huurbedrag zit ook een verzekering verwerkt, deze dekt het product voor vijftig procent. Voor de huuroptie werkt Media Markt samen met fintechbedrijf Grover.

### Wat is het doel?

Met het verhuren van producten wil Media Markt een nieuwe doelgroep en de bestaande doelgroep aanspreken. De website doet namelijk vermoeden dat het om een tijdelijke actie gaat. In feite gaat het om een test, met uitzicht op vaste implementatie. Het is niet bekend of Media Markt Nederland de huuroptie gaat aanbieden.

### De bronnen die voor deze Q&A Jam Session zijn gebruikt:

[dutchcowboys.nl](http://dutchcowboys.nl)

[retailnews.nl](http://retailnews.nl)

[emerce.nl](http://emerce.nl)

[shoppermarketingupdate.nl](http://shoppermarketingupdate.nl)

[marketingfacts.nl](http://marketingfacts.nl)

[vara.nl](http://vara.nl)

[psfk.com](http://psfk.com)



# Retail Outlook Event

DEEL,  
LEER &  
INNOVEER!

€ 395,-  
(ticket only)

9 maart 2017

Meld je aan!

Prodentfabriek  
Amersfoort

Wat als jouw klant alles gaat beslissen? Wat als experience het verschil maakt? Wat als concurrenten het leven van jouw klant makkelijker maken? Wij helpen jou een antwoord te vinden op deze vragen tijdens het **Retail Outlook Event** dat plaatsvindt op **donderdag 9 maart!**

Laat je onder andere inspireren door spelers uit de mode-, woon-, warenhuis-, telecom- en foodbranche. Hoor welke verschillende innovaties **Walmart** inzet als antwoord op **Amazon**, ontdek hoe **IKEA** haar Meeting Kitchen inzet voor het creëren van geluk en hoe **Yoghurt Barn** ervoor heeft gezorgd dat buitenshuis yoghurt eten hip is. Test daarnaast innovatieve technologieën op onze matchmaking marketplace en vind jouw manier om te innoveren!

**Jij komt toch ook naar deze innovatieve en inspirerende dag?**

Meld je nu aan via [www.retailoutlook.nl](http://www.retailoutlook.nl) en zorg dat je erbij bent!



## Agendapunten

9 maart

**Retail Outlook Event**  
@Prodentfabriek Amersfoort



## Contactgegevens

### Francella Barmantloo

Business Consultant Retail

[fbarmantloo@qanda.nl](mailto:fbarmantloo@qanda.nl)

[www.qanda.nl](http://www.qanda.nl)

+ 31 (0) 33 245 46 37

