

Q&A Jam Session

Terugblik op maart 2017

Deze maandelijkse 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: Cross Channel, De Digitale Superconsument en Individualisering. Op pagina 4 kun je meer informatie vinden over de Q&A Retailtours.



Cross Channel

De consument van nu denkt niet meer in kanalen. Alle kanalen moeten zijn geïntegreerd.

IKEA vertelt productverhaal met interactieve displays

Why is it cool?

IKEA investeert in een interactieve vloerprojectie. Hiermee willen zij limited edition collecties onder de aandacht brengen. Dit doen ze in samenwerking met technologiebedrijf WT interactive. Het systeem werkt als volgt:

- Schoenafdrukken leiden bezoekers stapsgewijs naar het schap
- De projectie wordt geactiveerd als de klant nadert
- De klant krijgt informatie over de productlijn via een interactieve animatie

De eerste test is in de IKEA winkel in Amersfoort. Klanten krijgen bij de 'Jassa collectie' een displaypresentatie te zien die het unieke karakter van de producten laat zien.



Wat is het doel?

Shoppers kunnen maar kort hun aandacht erbij houden en zijn graag zelf 'in control' voor het verzamelen van informatie. Hierdoor bedenken retailers steeds vaker nieuwe manieren om in een korte tijd duidelijke en verrassende content te laten zien. De inzet van nieuwe technieken helpt hierbij.

LENA lanceert online kledingbieb

Why is it cool?

LENA the fashion library heeft een online kledingbibliotheek gelanceerd. Vanaf nu kan kleding ook geleend worden via het web. Consumenten kunnen kiezen uit drie online abonnementen, variërend van 25 tot 50 euro per maand. Daarmee kunnen ze voor een bepaald aantal punten per maand online kleding reserveren. De geleende kleding kan men afhalen bij de fysieke winkel in Amsterdam of bij één van de 'swap points' die door heel Amsterdam te vinden zijn.

Wat is het doel?

Met het starten van de online kledingbibliotheek wil LENA zijn aanbod voor iedereen inzichtelijk en toegankelijk maken.

Robots in winkels van Omoda

Why is it cool?

Omoda start een pilot met robots. In twee winkels worden de robots ingezet voor verschillende doeleinden. Bijvoorbeeld voor het beantwoorden van vragen of als schakel tussen het personeel en het magazijn. Het is niet de eerste keer dat Omoda experimenteert met innovaties. Vorig jaar testte de schoenenketen nog een voetscanapp waarmee klanten na het scannen van hun voet direct online de juiste maat konden bestellen.



Wat is het doel?

Met de robots wil Omoda het aankoopproces voor klanten leuker en gemakkelijker maken.



De Digitale Superconsument

De consument is door internet en social media een goed geïnformeerde expert geworden.

Google navigeert klanten door Lowe's winkels



klik of scan

Why is it cool?

Lowe's, een Amerikaanse bouwmarkt, heeft een app ontwikkeld waarmee je eenvoudig de weg kunt vinden in hun winkels. Via de AR app van Lowe's, ontwikkeld met de Google's Tango Technologie, wordt je rondgeleid door de winkel en kun je makkelijker en sneller de producten vinden die je wilt aanschaffen. De app geeft namelijk informatie over het gangpad en de plek in het schap van het product dat je zoekt. Naast de ontwikkeling van deze app, experimenteert Lowe's met meer nieuwe technologieën als hologrammen en VR-brillen.



Wat is het doel?

Lowe's wil met de introductie van de AR app het winkelgemak voor klanten verhogen. Het verhogen van het winkelplezier voor klanten is ook een belangrijk doel. De reden dat Lowe's experimenteert met meer nieuwe technologieën is omdat zij het belangrijk vinden dat klanten eenvoudiger hun doe-het-zelf projecten kunnen afronden. Deze technologieën moeten daarbij gaan helpen. Benieuwd naar de werking van de AR app? Scan de QR-code en bekijk de video.

Digitale pop-up supermarkt Jumbo in Rotterdam

Why is it cool?

Jumbo heeft in Rotterdam een digitale winkel geopend. Op een wand in de Witte de Withstraat zijn de populairste producten van Jumbo te zien met de bijbehorende streepjescodes. Na het scannen van de streepjescode via de Jumbo app, wordt het product toegevoegd aan het winkelmandje en kun je deze direct bestellen. De klant kan er dan voor kiezen om de producten thuis te laten bezorgen of af te halen op een geselecteerd pick-up point.



Wat is het doel?

Met de pop-up store wil Jumbo de webshop en de nieuwe app promoten. Daarnaast wil Jumbo aan de Rotterdamse consument laten weten dat het sinds kort ook mogelijk is om in die regio je boodschappen thuis te laten bezorgen. Dit pop-up project is een vervolg op een project in Utrecht, waar Jumbo tijdelijk een bushokje omtoverde tot digitale winkel.

Shopfunctie in &C magazine van Chantal Janzen



klik of scan

Why is it cool?

Chantal Janzen heeft deze week haar eigen magazine gelanceerd en heeft daarin direct een shopfunctie geïntegreerd. Lezers van het &C magazine kunnen met de bijbehorende app producten scannen en direct aanschaffen bij de betreffende webshop. De shopfunctie kan worden herkend aan het 'Scan & Shop' logo bovenaan de pagina. Chantal Janzen werkt in haar platform samen met Asos, de Bijenkorf, Net-a-porter, River Island, Scotch & Soda en Zalando. Het gaat om een affiliateprogramma: consumenten kopen de producten uiteindelijk bij de retailer zelf.

Wat is het doel?

Met de 'Scan & Shop' functie kunnen lezers direct aanschaffen wat zij op dat moment zien en wordt het aankoopproces makkelijker gemaakt. Meer informatie over het &C magazine en de shopfunctie kun je zien door de QR-code te scannen.



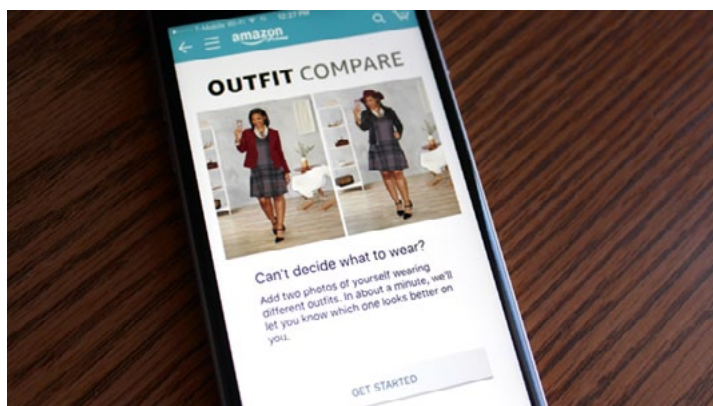
Individualisering

Consumenten willen bijdragen aan wat de retailer te bieden heeft en het gevoel hebben dat het speciaal voor hen gecreëerd is.

Amazon helpt bij het kiezen van een outfit

Why is it cool?

Twijfel je tussen twee outfits en weet je niet welke je moet kiezen? Amazon gaat je helpen. Amerikaanse Prime members kunnen in de app twee foto's van zichzelf uploaden met de outfits waar ze over twifelen. Binnen twee minuten geeft Amazon je advies welke outfit je het beste past op basis van hoe het zit, de kleur, de stijl en de huidige trends. De outfits worden beoordeeld met drie termen: 'Definitely Pick This One!', 'We Like This Better' en 'It Was A Close Call'.



Wat is het doel?

De outfit-vergelijkingsdienst is exclusief beschikbaar voor Prime members. Met deze dienst wil Amazon vernieuwend zijn. Amazon wil zijn Prime members naast producten ook van advies voorzien.

Nike lanceert plus size sportlijn

Why is it cool?

Nike heeft zijn eerste plussize lijn geïntroduceerd. De sportlijn begint bij XL tot 3XL. Voor de campagne van de nieuwe lijn heeft Nike plus size influencers ingezet zoals Grace Victory. Grace wordt ook wel "the internet's big sister" genoemd en heeft 114k volgers. De collectie is verkrijgbaar in Nike stores en in de webshop.

Wat is het doel?

Voor mensen met maatje 42 of meer is het lastig om kleding, en vooral sportkleding, te kopen. Misschien denken sportmerken dat deze mensen niet sporten. Nike brengt daar met zijn plus size lijn verandering in en nu kunnen mensen met een maatje meer ook sporten in kleding van Nike.

Bouw je eigen gezicht met logo

Why is it cool?

Lego introduceert de Mosaic Maker: een photo booth die na het scannen van je gezicht een lego-set samenstelt waarmee je jouw gezicht kunt bouwen. Net als in een gewone photo booth kun je drie foto's maken. Van de beste foto wordt de lego-set samengesteld. Elke set bevat een standaard pakket met Lego-onderdelen en deze wordt aangepast aan de hand van foto's van jouw gezicht. Voor ongeveer 120 euro kun je jouw lego-set laten samenstellen in de grootste Lego-winkel ter wereld in Londen. Leuk detail: de photo booth is volledig gemaakt van Legostenen.



Wat is het doel?

Met de Mosaic Maker biedt Lego zijn klanten een customized product. Hiermee wil Lego zijn klanten een nieuw en innovatief product bieden.

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

elle.nl

retailnews.nl

psfk.com

shoppermarketingupdate.nl

retaildetail.nl

twinklemagazine.nl

Ontdek creatieve formules en raak geïnspireerd door unieke, innovatieve winkelconcepten.
Ga met ons mee op retail tour.

Den Haag

9 mei

Inclusief:

- lunch
- tourbegeleiding
- retail inspiratie boekje



€ 150,-
p.p.

€ 599,-
p.p.



Milaan

18 - 19 mei

Inclusief:

- reis- & verblijfkosten
- lunch
- tourbegeleiding
- retail inspiratie boekje

Tour je mee?

Schrijf je direct in via www.qanda.nl/retailtours



Agendapunten

- 4 april** **Retail Executive Platform**
@Kasteel de Vanenburg, Putten
- 9 mei** **Changemakers in Retail**
@Metaal Kathedraal, Utrecht
- 17 mei** **Brievenbusreclamecongres**
@De Hallen, Amsterdam
- 30 mei** **Bekendmaking Q&A Retail Ranking**
@PROVADA, RAI, Amsterdam



Contactgegevens

Francella Barmantloo

Business Consultant Retail
fbarmantloo@qanda.nl
www.qanda.nl
+ 31 (0) 33 245 46 37

