

# Q&A Jam Session

Terugblik op mei 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, Prioritijd en De Digitale Superconsument. Op pagina 4 kun je meer informatie vinden over de Q&A retail tour naar Amsterdam op 14 juli.



## Cross Channel

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

## Amazon plaatst afhaalautomaten bij Aldi

### Why is it cool?

Klanten die iets besteld hebben bij Amazon, kunnen hun bestellingen nu ophalen bij Aldi. Het zou gaan om een pilot en momenteel zijn er in Duitsland vier filialen geselecteerd die 'Amazon Lockers' hebben gekregen. Door middel van een pick-up code kunnen klanten hun pakket uit de automaat halen. Naar verwachting zal de dienst worden uitgebreid naar meer filialen. Om hoeveel filialen dit gaat is nog niet duidelijk.

### Wat is het doel?

Met de pakketautomaten wil Amazon het bezorgproces voor de klant gemakkelijker maken. Klanten kunnen nu hun pakket op een zelf gekozen tijdstip ophalen en hoeven hier dus niet speciaal voor thuis te blijven.

## De Koffiejongens: abonnement voor koffiecups

### Why is it cool?

Twee ondernemers uit Rotterdam hebben het eerste abonnement voor koffiecups gelanceerd. Bij 'De Koffiejongens' kunnen consumenten een abonnement afsluiten voor Nespresso koffiecups. Deze worden vervolgens thuisbezorgd door de brievenbus. Het abonnement wordt aangepast aan de hoeveelheid koffie die de klant drinkt. Voor de verschillende abonnementen zijn drie smaken beschikbaar: Lungo, Espresso en Ristretto.



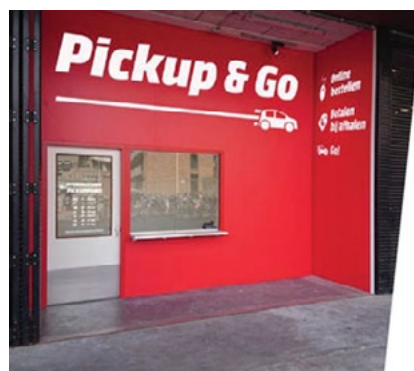
### Wat is het doel?

De koffiecups zijn vaak enkel online te verkrijgen, wat voor de consument soms lastig is. Met de nieuwe abonnementsdienst willen 'De Koffiejongens' het voor consumenten gemakkelijker maken om van koffiecups te worden voorzien.

## Media Markt opent eerste elektronica drive-thru

### Why is it cool?

Media Markt opent de eerste elektronica drive-thru bij haar vestiging in Tilburg. Klanten kunnen zo bestellingen ophalen zonder uit de auto te stappen. Het ophalen van je bestelling kan al binnen één uur, de volgende dag of op een tijdstip naar keuze. Het is ook mogelijk om te betalen bij de drive-thru. Er worden ook kleine producten verkocht zoals USB-sticks en batterijen.



### Wat is het doel?

Media Markt wil met de drive-thru op een innovatieve manier het voor de klant gemakkelijker maken om bestellingen op te halen.



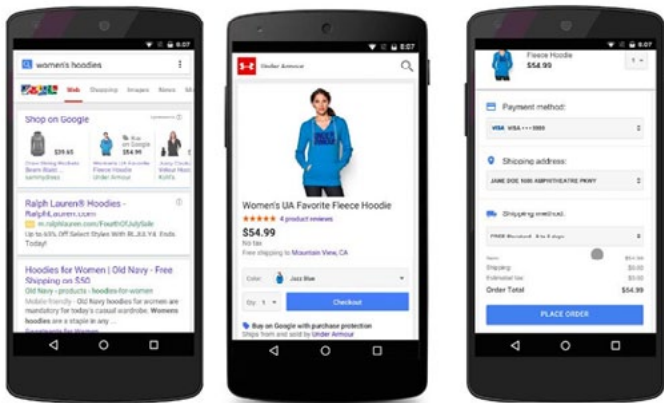
## Prioritijd

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

## Google's koopknop binnenkort voor alle retailers beschikbaar

### Why is it cool?

Consumenten kunnen binnenkort in Google gebruikmaken van een koopknop. Hiermee kunnen zij vanuit de zoekmachine direct producten kopen bij de aangesloten retailers. In 2015 is Google gestart met een eerste test van 'Buy on Google', maar de functie moet nu bij producten en productcategorieën van meer retailers worden getoond. Na het klikken op de koopknop, wordt de klant doorgestuurd naar een retailer-branded productpagina binnen Google. Hier kan de klant direct afrekenen aan de hand van eerder verstrekte bankgegevens in Wallet.



Met de 'Buy on Google'-functie wil Google het voor consumenten eenvoudiger en sneller maken om online aankopen te doen. Met de koopknopfunctie volgt Google ook organisaties als Facebook en Pinterest op die het al langer mogelijk maakten om aankopen te verrichten via hun platform.

## Lever je oude apparaten in via PostNL

### Why is it cool?

Recyclingsorganisatie Weee zamelt via pakketbezorgers van PostNL oude elektrische apparaten in bij particulieren. Per route van ongeveer 150 pakketten neemt de bezorger zes apparaten in, waarmee er jaarlijks drie tot vier miljoen apparaten in heel Nederland ingezameld kunnen worden. Na een succesvolle proef in delen van Groningen, Dordrecht

en in de binnenstad van Amsterdam, gaat Weee eind dit jaar samen met PostNL en brancheorganisatie Thuiswinkel.org de mogelijkheden bekijken voor het opstarten van een landelijke inzameling.



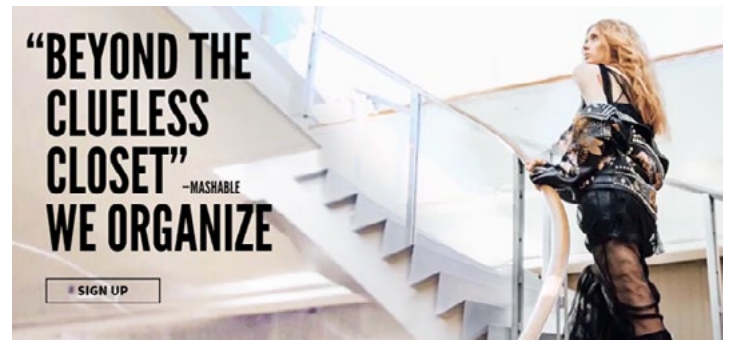
### Wat is het doel?

Met de inzameling van oude producten, wil Weee ervoor zorgen dat meer producten worden hergebruikt of gerecycled. Met de ophaalservice wordt het voor de consument nu makkelijker om oude producten in te leveren en een steentje bij te dragen voor een beter milieu.

## Finery helpt je bij het organiseren en hergebruiken van je kledingcollectie

### Why is it cool?

Finery is een systeem dat je helpt bij het organiseren van je kledingkast en het kiezen van outfits. Finery helpt je om je kleding te categoriseren naar categorie, merk, seizoen en kleur. Vervolgens worden de outfits voor je gecreëerd. Bij het delen van je locatie houdt Finery zelfs rekening met het weer. Het is ook mogelijk om te shoppen via Finery. Je kunt items op je wish-list zetten en krijgt een melding als ze in de sale zijn. Finery houdt er daarnaast rekening mee of je dergelijke items al veel in de kast hebt hangen.



### Wat is het doel?

Vrouwen gebruiken gemiddeld 20% van de kleding in hun kast. Zonde, want vaak hangt er veel leuks in. Finery helpt je de kleding die je al hebt te analyseren en te managen zodat je snel een outfit kunt kiezen. Hierdoor heb je minder vaak kledingstress en koop je waarschijnlijk minder kleding.



## De Digitale Superconsument

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

### Medewerkers ICI PARIS XL krijgen eigen YouTube-kanaal



#### Why is it cool?

Tien medewerkers van ICI PARIS XL krijgen een eigen YouTube kanaal. Via dit kanaal zullen zij wekelijks beauty- en lifestylevideo's plaatsen. De tien 'creators' delen tips en adviezen op het gebied van beauty en houden zo hun volgers op de hoogte van de laatste trends. Iedere werkdag zullen er twee video's online komen. ICI PARIS XL is hiermee de eerste Nederlandse retailer die eigen medewerkers de kans geeft een grote 'YouTuber' te worden.



#### Wat is het doel?

Jongere consumenten kijken tegenwoordig minder TV en zijn meer online te vinden. Met het starten van de YouTube-kanalen wil ICI PARIS XL dan ook meer jongere consumenten bereiken. Daarnaast wil de parfumerie de online aanwezigheid en het onderscheidend vermogen versterken. Benieuwd naar één van de video's? Scan de QR-code en bekijk de vlog van een 'creator'.

### H&M voegt visuele zoek-functie toe aan app

#### Why is it cool?

Gebruikers van de H&M-app kunnen sinds deze maand ook producten zoeken met behulp van een eigen foto. Door een foto te uploaden in de app, worden vormen en kleuren van het kledingstuk

herkend en worden er vergelijkbare producten voor je gezocht. De functie is een vervolg op de in februari gelanceerde scanfunctie van H&M. Hiermee kunnen klanten barcodes van producten scannen en meer informatie over het product inzien.

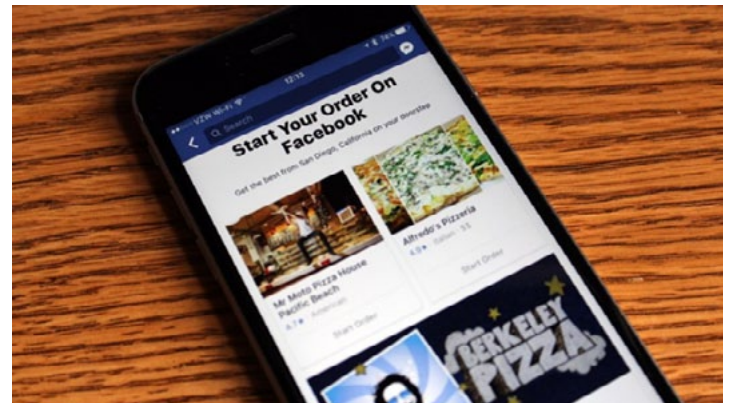
#### Wat is het doel?

Met de nieuwe functies wil H&M het voor klanten nog eenvoudiger maken om producten te vinden die zij graag willen hebben.

### Maaltijden bestellen kan nu ook via Facebook

#### Why is it cool?

Facebook maakt het mogelijk om nu ook via het sociale netwerk maaltijden te bestellen. Er wordt hiervoor samengewerkt met bezorgplatforms Delivery.com en Slice. Via de functie 'Order Food' kunnen gebruikers bekijken welke restaurants meedoen en kunnen vervolgens via de Facebook-pagina van het betreffende restaurant eten bestellen en betalen. De functie zit momenteel in een test-fase en is alleen nog in de VS beschikbaar.



#### Wat is het doel?

Met de 'Order Food'-functie wil Facebook het gemakkelijker maken voor haar gebruikers om online eten te bestellen. De gebruiker hoeft het platform niet te verlaten om eten te bestellen.

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

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

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

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

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

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



# Ga mee op retailtour!

**ACTIE:** Ga met je collega op retailtour en ontvang **25%** korting op de 2e retailtour.

14 juli

Ontdek samen met retail experts hoe trends worden vertaald in winkelconcepten, raak geïnspireerd door innovatieve formules en stap binnen bij de local heroes van onze eigen hoofdstad! Tijdens deze tour gaan we verder dan de welbekende winkelstraten en zie je wat Amsterdam te bieden heeft op het gebied van food en non-food retail.

Investering: 150,- p.p. incl. lunch, tourbegeleiding en retailinspiratieboekje

Schrijf je in via [qanda.nl/retailtours](http://qanda.nl/retailtours)



## Agendapunten

- 13 juni** **Retail BBQ**  
@Q&A kantoor, Amersfoort
- 29 juni** **Savant E-Commerce Congres**  
@Andaz, Amsterdam
- 6 juli** **NRW Expertmeeting: Fifty shades of retail**  
@N.N.B.
- 14 juli** **Q&A Retail tour**  
@Amsterdam



## Contactgegevens

### Francella ter Haar

Business Consultant Retail

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

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

+ 31 (0) 33 245 46 37