

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: Prioritijd, Transparantie en De Digitale Superconsument. Hoe ga je van klantinzicht naar een betere prestatie? Lees snel verder op pagina 4.



PRIORITIJD

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

DELIVEROO BEZORGT NU OOK OP HOTELKAMERS

WHY IS IT COOL?

Bezorgdienst Deliveroo bezorgt in België nu ook maaltijden op hotelkamers. De nieuwe service Deliveroo is inmiddels beschikbaar in tien hotels. Hotelgasten kunnen via het account van het hotel maaltijden laten bezorgen van restaurants in de omgeving. Gasten betalen bij het uitchecken voor hun bestelling.

WAT IS HET DOEL?

Deliveroo wil met de dienst vooral hotels helpen die te klein zijn om zelf roomservice aan te bieden. Na een succesvolle test in Brussel is de service hierna verder uitgerold.

PEPSICO START PILOT MET BEZORGRBOT VOOR STUDENTEN

WHY IS IT COOL?

PepsiCo test bij de universiteit van Stockton in Californië een bezorgrobot speciaal voor studenten, genaamd Snackbot. De zelfrijdende robot levert er zelfstandig snacks, zoals Lay's-chips en SunChips, frisdrank en Starbucks-ijskoffie. Om de studenten te stimuleren om gezonder te eten, levert de snackbot ook een aanbod van het Hello Goodness-assortiment van PepsiCo. Bestellen kan via een iPhone-app door iedereen die een e-mailadres van de universiteit heeft.

Bezorgen kan op vijftig locaties op de campus. De robot 'werkt' alleen tijdens kantooruren, van negen tot vijf.



WAT IS HET DOEL?

PepsiCo wil met de Snackbot studenten en faculteitsmedewerkers met een rommelende maag tussen de lessen door gemakkelijk voorzien van een snack.

JUMBO OPENT NIEUWE TESTHUBS

WHY IS IT COOL?

Jumbo heeft begin dit jaar twee nieuwe testhubs geopend in Amsterdam en Middelburg. Vanuit deze hubs worden online bestellingen thuisbezorgd in omliggende gebieden. De opening van deze hubs is een vervolg op de succesvolle eerste pilot in de regio Den Bosch. De nieuwe hubs bieden een betere toegang tot de grote steden, waar de vraag naar thuisbezorging volgens Jumbo het sterkst is.

WAT IS HET DOEL?

Het online kanaal van Jumbo is het afgelopen jaar sterk gegroeid. Om in de toekomst te kunnen voldoen aan de toegenomen vraag, is Jumbo gestart met de nieuwe testhubs. De supermarktketen heeft naar eigen zeggen de ambitie om de leidende omnichannel-speler te worden op de Nederlandse foodmarkt.



TRANSPARANTIE

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

WEHKAMP STUURT DE 'GROTE WISSELTRUCK' OP PAD

WHY IS IT COOL?

Wehkamp heeft na kerst een 'grote wisseltruck' op pad gestuurd. Bij deze truck konden vrouwen hun ongewenste kerstcadeaus inwisselen voor iets anders. De truck ging door verschillende steden die via social media bekend werden gemaakt. Per stad waren er tweehonderd cadeaus beschikbaar. De ingeleverde cadeaus werden gedoneerd aan de Voedselbank of een ander goed doel. Er konden ook ongewenste cadeaus ingeleverd worden die bij andere retailers waren gekocht. Een voorwaarde hierbij was wel dat de cadeaus 'aannemelijk en handzaam' zijn, zoals ovenwanten, pannen, een stofzuiger of een koffiemok.



WAT IS HET DOEL?

Wehkamp wilde hiermee vrouwen 'voor één keer de kans geven om hun kerstcadeaumissers, hoe goedbedoeld ook, gratis in te wisselen voor iets waar ze wél op zitten te wachten'.

LOWLANDER MAAKT BIER VAN OUDE KERSTBOMEN

WHY IS IT COOL?

Bierbrouwerij Lowlander heeft in januari afgeschreven kerstbomen ingezameld om er het bier 'Winter IPA' van te brouwen. Wie zijn boom wilde inleveren, moest de boom eerst aanmelden. Vervolgens werd de boom opgehaald en ontving de geveer een flesje Winter IPA. Voor de productie van het bier was zo'n 600 kilo naalden nodig. Om dit aantal te behalen heeft Lowlander niet

alleen bij de consumenten thuis bomen opgehaald, maar hebben ook organisaties als Hortus Botanicus Amsterdam, Mama Makan, RAI en Horecava hun bomen meegegeven aan de partij.



WAT IS HET DOEL?

De meeste kerstbomen worden na kerst versnipperd, langs de weg gezet of verbrand. Lowlander heeft een alternatief gevonden om de bomen zo te hergebruiken. Afgelopen jaren kocht de bierbrouwer de benodigde naalden altijd in, maar sinds dit jaar zullen er dus gebruikte kerstbomen voor worden ingezameld.

ALBERT HEIJN OPTIMALISEERT SUPPLY CHAIN MET BLOCK CHAIN TECHNOLOGIE

WHY IS IT COOL?

Albert Heijn heeft met behulp van block chain technologie de rittijden van toeleveranciers kunnen verkorten en flink op papier kunnen bezuinigen. De supermarktketen heeft in samenwerking met Capgemini een digitaliseringsproject opgezet waarbij een mobiele app aan de block chain is gelinkt. Deze oplossing bespaart toeleveranciers twintig minuten per rit en er worden daarnaast duizend vellen papier per dag bespaard.

WAT IS HET DOEL?

Het project is onderdeel van de zogenoemde Applied Innovation Exchange, waarbij Albert Heijn, Capgemini en andere logistieke partners onderzoeken hoe block chain kan helpen om procesinnovatie te versnellen. De supermarktketen kan met de eerste resultaten in potentie miljoenen euro's besparen.



DE DIGITALE SUPERCONSUMENT

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

COOLBLUE LANCEERT AUGMENTED REALITY-FUNCTIE OM TV'S TE TESTEN

WHY IS IT COOL?

Coolblue heeft in zijn app een functie toegevoegd waarmee gebruikers het formaat van hun toekomstige tv kunnen zien in hun huiskamer. Je kunt met de functie een virtuele tv aan de muur hangen of op een tv-meubel zetten.



WAT IS HET DOEL?

Door deze augmented reality-functie weten gebruikers direct het formaat van de tv en hoeven ze deze niet terug te sturen, waardoor de functie zou moeten leiden tot minder retouren.

AMAZON INTRODUCEERT EEN VIRTUELE SHOWROOM

WHY IS IT COOL?

Amazon heeft op zijn website en in zijn app een nieuwe feature gelanceerd. Hiermee kunnen gebruikers een virtuele huiskamer inrichten door middel van augmented reality. Gebruikers kunnen de muur- en vloerkleuren kiezen en meubels plaatsen om ze vervolgens met één knop in hun winkelwagen te plaatsen.



WAT IS HET DOEL?

Met de feature kunnen gebruikers zien hoe hun huiskamer eruit ziet met de gewilde meubels. Amazon vervangt hiermee de noodzaak om naar een winkel te gaan om meubels te zien en in te schatten.

ABN AMRO MAAKT BETALEN MET WEARABLES MOGELIJK

WHY IS IT COOL?

Als eerste bank ter wereld introduceert ABN AMRO het contactloos betalen met een wearable. Een wearable kan een horloge, ring of een andere accessoire zijn waar een bankrekening aan gekoppeld kan worden. Het betalen hiermee werkt precies hetzelfde als met het contactloos betalen met de bankpas. Je houdt de wearable tegen de betaalautomaat en boven de 25 euro moet je nog een pincode intoetsen, met een daglimiet van 250 euro.

WAT IS HET DOEL?

ABN AMRO heeft 500 klanten deze functie laten testen. Hierbij vond tachtig procent het betalen met wearables fijner dan met een bankpas. Bijvoorbeeld omdat je dan de bankpas niet mee hoeft te nemen bij het uitgaan of sporten.

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

distrifood.nl
dutchcowboys.nl
emerce.nl
marketingtribune.nl
newsmonkey.be

powerretail.com.au
retaildetail.nl
retaildive.com
retailtrends.nl
twinklemagazine.nl

Q&A Shopfeedback



Van **klantinzicht** naar
betere **winkelprestatie**



Continu feedback
van je klanten in
een dashboard



Inzicht in **sterke**
en **verbeterpunten**
per filiaal



Creëren van een
interne benchmark
(bijv. NPS)



Advies van
Q&A retailexperts



Optioneel:
Kom **in contact** met je
klanten na een review



Optioneel:
Reviews delen
via **Google**

Wij helpen je verder!

shopfeedback.eu

info@shopfeedback.eu

033-245 46 37



AGENDAPUNTEN

- 12 feb** **Retail Executive Platform**
@Kasteel Vanenburg, Putten
- 12 feb** **Stores that WOW event**
@Pakhuis de Zwijger, Amsterdam
- 14 feb** **NRW Kennis & Innovatie Summit**
@NEMO, Amsterdam



CONTACTGEGEVENS

Sabina Erftemeijer

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

