

Groepsopdracht

De opdracht:

Bedenk een innovatieve en meetbare manier van instore marketing voor een filiaal van Emté. Daarnaast moet de data die hieruit komt op een aantrekkelijke manier worden weergegeven. Op dit moment maakt Emté vooral gebruik van offline instore marketing zoals stickers, schapkaartjes en displays. Ze zijn dus op zoek naar een innovatievere manier van instore marketing en willen meten hoeveel mensen gebruik maken van de aanbiedingen die worden getoond.

Uitwerking:

Heel veel mensen doen boodschappen met een winkelmandje en hun telefoon in hun hand door de winkel heen. Met ons concept maken bezoekers thuis een digitaal boodschappenlijstje. Vervolgens krijgen de bezoekers in de winkel door middel van AR hun route te zien en tijdens het volgen van deze route krijgen de bezoekers aanbiedingen in hun scherm die ze kunnen toevoegen aan de boodschappenlijst, waardoor de route verandert.

Door het winkelen met de AR-app krijgt de klant een tal van nieuwe mogelijkheden binnen de winkel. Het wordt voor de gebruiker heel makkelijk om zonder dat je hoeft te zoeken in de supermarkt je producten te vinden. De route naar de producten op je boodschappenlijstje worden getoond op je telefoon. Daarnaast kan de gebruiker extra informatie krijgen over producten en wat ze er mee kunnen maken en info krijgen over voedingswaarde.

Mensen zonder telefoon kunnen op de vloerstickers in het gangpad zien waar ze zich begeven.

Mensen zonder digitaal boodschappenlijstje kunnen de app downloaden via de sticker en hun route starten door hun producten toe te voegen aan hun lijst of producten in de app zoeken.

Voor de oplossing is er een wireframe en een video ontwikkeld. In de video wordt de applicatie uitgelegd.

Video:

- [Moodvideo over onze oplossing](#)