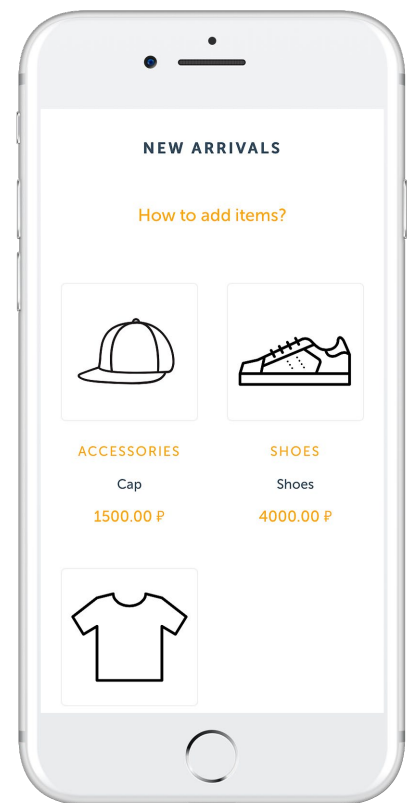
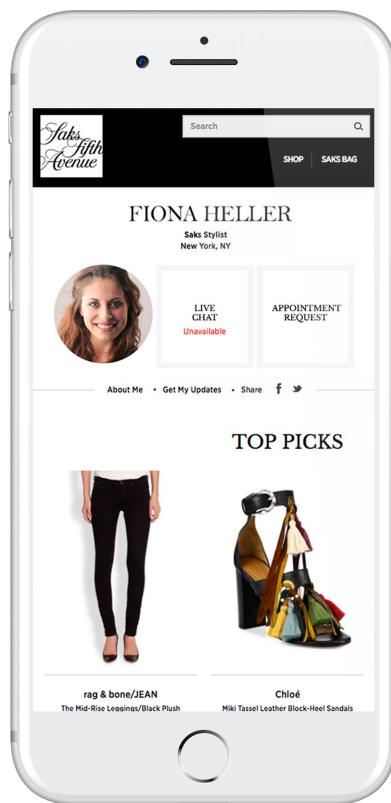
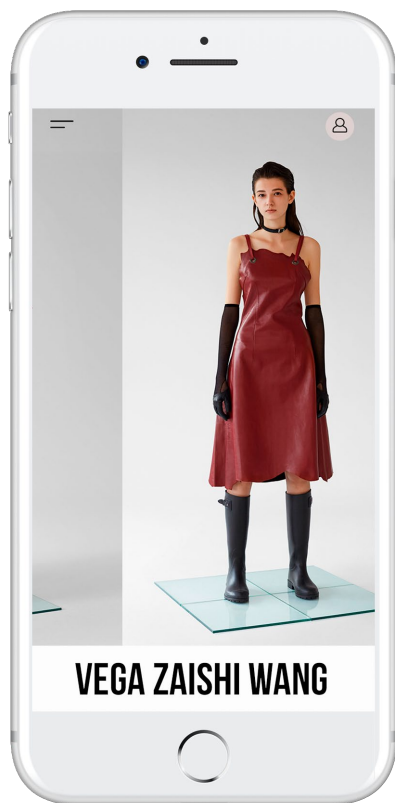


# APP-DATE

## SHOPPEN MIT INSTAGRAM, KUNDENBINDUNG, LIQUIDIERUNG

Bennett Faber/Timothy Parent/Maria Konovalova

In dieser Rubrik stellt WeAr die besten neuen Software-Anwendungen und Apps für Retailer und Brands vor. Einige von ihnen sind für alle Stores erhältlich, andere sind exklusiv für bestimmte Retailer oder Regionen verfügbar. Aber alle bieten Ihnen wertvolle Inspirationen, um den Veränderungen der digitalen Modewelt selbstbewusst entgegenzutreten.



Die neue App **myoo0** bringt KonsumentInnen auf der Suche nach nachhaltiger Mode und personalisierten Styling-Empfehlungen mit Retailern in Kontakt, die Lagerüberschüsse liquidieren wollen. Die Oberfläche der App erinnert an Tinder: BenutzerInnen entscheiden, ob eine vorgeschlagene Kreation zu ihrem Stil passt oder nicht; menschliche Kuratoren und eine AI-Engine nutzen den kontinuierlichen Informations-Input, um Vorschläge zu verfeinern und sie auf den individuellen Geschmack der Nutzer abzustimmen. Alle vorgeschlagenen Produkte können über die App gekauft werden. Das Angebot umfasst ausschließlich hochwertige Waren aus Lagerüberschüssen, die von den Brand- und Retail-Partnern der App zur Verfügung gestellt werden. Momentan kann der Dienst nur auf Einladung genutzt werden: Wer sich dafür interessiert, trägt seine Kontaktdaten auf der Website ein und erhält nach einer gewissen Zeit eine Einladung. [www.myoo0.com](http://www.myoo0.com)

**Salesfloor** ist ein Managementtool für Kundenbeziehungen, über das KonsumentInnen mit Verkaufspersonal von Läden in ihrer Nähe kommunizieren können. Die Salesfloor-App, die für LadenmitarbeiterInnen erhältlich ist, ermöglicht eine nahtlose Kommunikation über E-Mail, Nachrichten, Messenger-Apps und soziale Medien, wobei der gesamte Austausch über eine einzige Plattform erfolgt. KundInnen müssen keine App herunterladen und können über normale Kanäle oder die Website des Retailers mit den Läden kommunizieren. Außerdem gibt das „Omnichannel Clienteling“-Modul von Salesfloor Aufschluss über die Kaufhistorie und Shopping-Präferenzen von KonsumentInnen, wodurch Verkaufspersonal ganz einfach Termine erstellen kann, um Follow-ups über kürzlich gekaufte Produkte, weitere Einkäufe und Ladenbesuche zu arrangieren. Salesfloor wird bereits von **Saks Fifth Avenue, Macy's, Kiehl's, Bloomingdale's** etc. verwendet. [www.salesfloor.net](http://www.salesfloor.net)

**TagBox** ist eine russische App, über die Produkte auf Instagram-Accounts gekauft werden können. Sie ist besonders für jene interessant, die sich nicht mit Programmcode oder Einstellungen herumschlagen möchten. Wenn die Instagram-Seite in Kombination mit TagBox geladen wird, zeigt sie Features wie „Ladenfront“, „Warenkorb“ und „Bestellformular“ an. Damit ein Bild aus einem Instagram-Feed auf der Ladenfront erscheint, muss der Besitzer des jeweiligen Instagram-Kontos einen Kommentar mit einer Produktbeschreibung, dem Preis und dem Hashtag #tagbox hinzufügen. TagBox fügt die Waren dann automatisch zur Ladenfront hinzu. Das Design des Onlinestores passt sich jedem Gerät optimal an. Benachrichtigungen über Kundenbestellungen werden per E-Mail oder dem Sofortnachrichtendienst Telegram geschickt, damit kann der Kontoinhaber alle Anfragen zeitnah beantworten. Die App-Schnittstelle ist zurzeit nur auf Russisch verfügbar, aber nach einer Registrierung ist nur wenig Benutzerinteraktion erforderlich. [www.tagbox.me](http://www.tagbox.me)