

PERSBERICHT

INNOVATIEF ONDERZOEK NAAR FASHION LOYALTY APP DANKZIJ SAMENWERKING TUSSEN ONDERWIJS, RETAIL EN TECHNOLOGIE

TMO-studenten onderzoeken voordelen fashion loyalty klantenapp bij Berden en Van Tilburg.

Doorn 15 mei 2017 - TMO Fashion Business School heeft sinds twee jaar een Development Center waarin verschillende innovatieve onderzoeken door TMO-studenten en het bedrijfsleven worden geïnitieerd, vaak in samenwerking met retailers uit verschillende sectoren en technologische bedrijven. Het doel is om samen kennis te ontwikkelen en onderzoeksresultaten te delen met de fashionbranche. Dit voorjaar doen TMO-studenten in samenwerking met Avans Hogeschool, de fashionbranche en technologiebedrijven onderzoek uit naar innovatieve klanttechnologieën.

Dit voorjaar is dankzij een samenwerking tussen TMO, het lectoraat New Marketing van Avans Hogeschool, de retailers Berden Mode en Van Tilburg, technologiebedrijven 2Factors en bViva Loyalty maar ook partners als INretail en CLICKNL een KIEM-subsidie aanvraag ingediend en ontvangen om met behulp van onderzoek medewerkers- en loyalty apps geschikt te maken voor marktintroductie, alsmede de werkelijke toegevoegde waarde van deze technologieën te onderzoeken voor de fashion retailbranche. Immers, klanten loyalty apps zijn recentelijk door grote retailers als de HEMA, Hunkemöller en Rituals met succes geïmplementeerd en binnen de eerste paar maanden door een grote groep klanten gedownload; het is dus interessant om onderzoek te doen hoe hiermee het koopproces van de klant verbeterd kan worden om de klantloyaliteit te versterken, voor alle MKB'ers in de fashionbranche.

Dit voorjaar zijn TMO studenten en docenten gestart met onderzoek naar een klanten loyalty app en een medewerkersapp. Zij doen dit door middel van enquêtes en met gebruikmaking van testdemo's van deze applicaties van 2Factors en bViva Loyalty. Fashionretailers Berden Mode en Van Tilburg stellen hierbij een testomgeving met hun klanten in hun winkels ter beschikking.

Het doel van TMO en Avans is om te onderzoeken of een implementatie van deze klanttechnologieën veel toekomstmogelijkheden biedt en op grotere schaal in de fashionbranche interessant is. Komend najaar zal er een groter project gestart worden om deze innovaties op grotere schaal door te ontwikkelen voor de fashionbranche. Dankzij deze multidisciplinaire samenwerking wordt bijgedragen aan kennisoverdracht voor alle fashion retail MKB'ers maar vooral om de klant te stimuleren om met hulp van technologieën fysieke winkels vaker te bezoeken.