

Heine verbindet Katalog und Mobile

✘ Es gibt viele Versender, die nach wie vor am Printkatalog festhalten und versuchen, diesen mit dem Online-Geschäft zu verknüpfen. Der Heinrich Heine Versand hat jetzt seine Mobile-App weiterentwickelt, mit deren Hilfe der Kunde sofort aus dem Katalog bestellen kann.

Wie die App funktioniert, lesen Sie hier.

Die App „Heine Must Haves“ ist um die Funktion „Catalog2Mobile“ erweitert worden. Der Kunde fotografiert mit dem iPhone eine beliebige Katalogseite. Die App erkennt alle auf der Katalogseite vorhandenen Artikel und bietet dem Kunden eine Liste mit diesen an, die er direkt per iPhone bestellen kann.

Der alte Bestellzettel wird damit überflüssig. Technologisch wird das Foto an einen Server übertragen, dort mittels innovativer Bilderkennung analysiert und schließlich die richtigen Artikelinformationen auf dem iPhone präsentiert. Das System unterscheidet dabei aus tausenden verschiedenen Katalogseiten mit jeweils dutzenden Artikeln in einer sehr genauen Erkennung, selbst bei unterschiedlichen Blickwinkeln und Lichtverhältnissen.



Eine weitere Innovation ist der Color Matcher. Die Kunden können auf dem iPhone aus einem Foto eine Haupt- und eine Akzentfarbe wählen und erhalten von der App dazu farblich passende Artikel aus dem Sortiment.

Es bleibt abzuwarten, ob und wenn ja, wie die „Catalog2Mobile“-Funktion von den Kunden angenommen wird. Es stellen sich zunächst einmal zwei Fragen:

Wie mobile-affin sind die Kunden von Heine? Ist die App Bestandteil eines eigenständigen und sich selbst tragenden mobilen Geschäftsmodells, wie es Branchenexperten fordern, oder doch eher nur eine zeitgemäße Erweiterung der verfügbaren Bestellwege? Entspricht die App der User-Experience der Kunden? Für gewöhnlich entscheidet sich der Kunde für ein Produkt pro Katalogseite. Bei entsprechend gestalteten Doppelseiten vielleicht für zwei. In der App muss er sich aber durch alle Produkte einer Katalogseite scrollen, bis er das gewünschte Produkt findet. Um dem Kunden eine zielgenauere Auswahl zu ermöglichen, wäre unter Umständen ein Barcode oder ein AR-Tag denkbar.

Dennoch wird es interessant sein zu beobachten, wie sich „Catalog2Mobile“ im praktischen Einsatz bewährt. Das Konzept ist sicherlich ein Ansatz, der sich zu testen lohnt.