Plus en Coca-Cola voeren samen pilots met QR-codes uit

Herman te Pas | Gepubliceerd: 21 jun. 2024

Deel dit artikel
Verwijderen

Foto: Shutterstock

Plus en Coca-Cola testen samen de verkoop van blikjes frisdrank waarbij een QR-code door de klant moet worden gescand. Deze innovatie draait volgens beide partijen om het principe cash forward.

Beide partijen hebben in april (zie video) deze manier van verkopen voor het eerst getest bij een klein aantal Plus-winkels. Alle abonnees van de Plus nieuwsbrief met een voorkeur voor de deelnemende winkels ontvingen een e-mail met een virtuele voucher in de vorm van een QR-code. Deze aanbieding voor blikjes Sprite Zero kon vervolgens worden verzilverd in een van de deelnemende Plus-winkels.

Technische aanpassing aan Plus-kassa's

Bij het scannen aan de kassa werd de aankoopwaarde van het blikje in mindering gebracht op de kassabon. Alleen het statiegeld moest worden betaald. 'In de software van de Plus-kassa's was hiervoor een technische aanpassing nodig. De toepassing is een samenwerking met Intersolve (dienstverlener van giftcard-systemen, red.) en maakt gebruik van hun bestaande giftcardsysteemoplossing. Deze toepassing is voor elk merk of fabrikant na de zomer beschikbaar. Dat kan afgestemd worden via het retailmediateam van Plus of rechtstreeks via Intersolve', melden beide partijen aan Distrifood.

LEES OOK
Spar maakt vaart met slimme vendingmachines: 100 stuks eind 2024

Geen cash back, maar cash forward

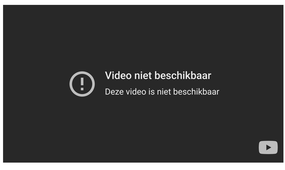
Coca-Cola gebruikt de term cash forward voor deze manier van verkopen. 'Het principe van de innovatie is dat het bekende cash-back-principe een cash-forward-principe wordt', aldus de leverancier. 'We hebben de innovatie bewust als pilot uitgevoerd bij een handvol Plus-winkels. Alle Plus-nieuwsbriefabonnees met voorkeur voor de deelnemende winkels hebben de aanbieding ontvangen en de resultaten zijn heel positief. Ook Plus is zeer enthousiast en afgesproken is dat we de activatie in de tweede week van augustus landelijk zullen herhalen', voegt Coca-Cola toe.

Van Sprite Zero naar Coca-Cola Zero Sugar

In augustus is er dus een vervolg bij Plus. 'De landelijke activatie bij Plus in augustus zal hetzelfde verlopen als de pilot.' Deze keer draait het niet om blikjes Sprite Zero, maar blikjes Coca-Cola Zero Sugar (250 ml). 'In principe opnieuw voor alle Plus-nieuwsbriefabonnees', meldt de frisdrankgigant. 'Het mooie aan deze activatie is dat deze de mogelijkheid geeft om te segmenteren in doelgroep, om zo heel gericht een bepaalde groep consumenten met een bepaald product te bereiken. Doelgroep en verdere praktische uitvoering voor augustus zijn op dit moment nog onderwerp van gesprek.'

Nieuwe gebruikers

Over de financiële afspraken rond de proef willen beide partijen niets kwijt. 'Wat we wel kunnen aangeven is dat de activatie voor iedere partij aantrekkelijk is. De innovatie stelt beide in de gelegenheid om te zijn waar de klant is, klanten te binden, consumenten te bereiken, nieuwe gebruikers aan te trekken en, op kleinere schaal, merken te introduceren die anders niet gesampled zouden worden.'



LEES OOK
AH past al zijn kassa's aan voor nieuwe generatie QR-codes

Deel dit artikel kosteloos met je collega's
Kennis groeit als je het deelt.
Deel dit artikel

Herman te Pas
NIEUWSCOÖRDINATOR
Herman te Pas is nieuwscoördinator van Distrifood en legt zich vooral toe op nieuws en achtergrond over formules.

Lees ook

Hoogvliet zet DHL-pakketautomaten bij groot deel van de filialen

Jumbo breidt aantal pakketautomaten flink uit

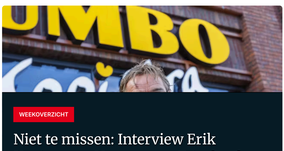
Upfront bouwt meer kassa's vanwege grote drukte

Spar introduceert pakketwanden voor DHL, DPD en Vinted

Mijn artikeloverzicht
ONDERWERPEN AANPASSEN

Mijn artikeloverzicht
Stel jouw eigen artikeloverzicht samen door onderwerpen te volgen.
Kies je onderwerpen

Uitgelicht door de redactie



WEEKOVERZICHT

Niet te missen: Interview Erik Kooistra en Vomar naar Friesland

29 mei 🎧 Distrifood Podcast: Vomar en de vraagtekens over Friesland
29 mei Fabrikanten kort: Zuivelfusie Arla en DMK afgerond
29 mei Afzwaaiende Repko: 'Jumbo weer aan het winnen, geen twijfel'
29 mei Doesburg noemt zich winnaar in strijd met Albert Heijn Ten Have
29 mei Lidl Nederland: Eén directielid vertrekt, twee versterkingen
29 mei Flink komt met prijsgarantie: 400 producten nergens goedkoper
29 mei Coop groeit met ombouw twee Noordelijke Dagwinkels
29 mei AH, Jumbo, Hoogvliet, Picnic, Plus en de worsteling met online
28 mei Crisp claimt primeur regeneratieve kazen en lanceert 'koopjeskaas'
28 mei 🍊 Check-out: Ola en COC Nederland vieren World Pride met roze Raketje

Meer nieuws

Eerder verschenen

Ophef door bezwaar Lidl tegen terugkeer Dirk na brand
Onzekere tijden: Noorwegen krijgt netwerk van crisissupermarkten
AH breidt directie uit, ex-topconsultant leidt e-commerce en retailmedia
Ahold Delhaize haalt nieuwe cfo uit Tsjechië
Scheidend-Heineken-ceo: 'Zes jaar lang crisismanager'
Lidl dringt na flinke omzetsprong de Britse top-5 binnen
Ekoplaza brengt als eerste super impact van producten in kaart
Nicole Freid vertrekt als algemeen directeur bij Hak
WK: AH lanceert oranje jassen, assortiment, lied en thuisfeest

vmn
Distrifood is onderdeel van VMN media. Lees in ons manifest waar VMN media voor staat. Op gebruik van deze site zijn de volgende regelingen van toepassing: Algemene Voorwaarden en Privacy en Cookie beleid | Privacy instellingen