

NUKI

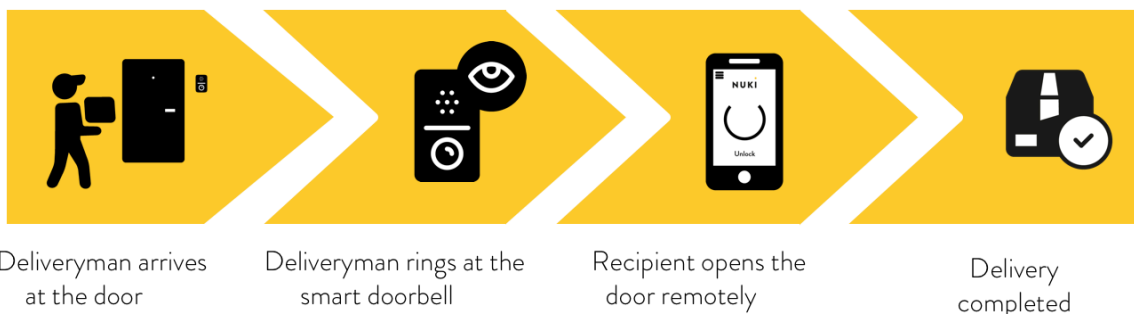
WELCOME HOME

Altijd een volle koelkast: Albert Heijn en Nuki werken samen aan een slimme thuislevering van boodschappen tot in de woning

Graz/Amsterdam, november 2018. Een van de vijf belangrijkste redenen waarom mensen aarzelen om voedingsproducten online te bestellen, is de verplichting om thuis te blijven voor de levering ervan. Daarom test Albert Heijn nu een nieuwe en erg vernieuwende leveringsmethode uit: dankzij een slimme videodeurbel en het Smart Lock (slim deurslot) van Nuki kunnen boodschappen ook aan huis worden geleverd wanneer de bewoners er niet zijn.

Albert Heijn, dat bekendstaat als het meest vooruitstrevende bedrijf van Nederland, test het innovatieve leveringsmodel als eerste uit. Het proces is erg eenvoudig – nadat de klant online heeft besteld, worden de boodschappen rechtstreeks in zijn koelkast geleverd. Hij moet dus niet thuisblijven om zijn boodschappen in ontvangst te nemen. Wanneer de bezorger aankomt, belt die gewoon aan via de slimme videodeurbel, die rechtstreeks met de smartphone van de klant verbonden is. Wanneer de klant op zijn smartphone ziet dat de bezorger voor de deur staat, kan hij de deur op afstand openen. Dankzij de videodeurbel en de Nuki App kan hij het leveringsproces volledig volgen. „Mensen die laat thuiskomen van het werk zullen het geweldig vinden dat ze de boodschappen voor het avondeten gewoon uit hun koelkast kunnen nemen en meteen kunnen beginnen te koken, terwijl ze genieten van een lekker wijntje“, aldus **Christoph Lückl**, Global Business Development Manager bij Nuki.

Het Nuki Smart Lock 2.0, dat nog maar onlangs op de markt werd gebracht, is uitgerust met een innovatieve deursensor, en dat biedt extra voordelen. Niet alleen kan de deur op afstand worden geopend, via de app kan ook worden gecontroleerd of de bezorger bij zijn vertrek de deur goed gesloten heeft.



Albert Heijn test het vernieuwende leveringsmodel sinds oktober uit in de regio van Alkmaar. De testfase zal acht weken duren. Tijdens deze testperiode zal veel aandacht worden besteed aan de perceptie en ervaringen van klanten en bezorgers. „Mensen zijn het nog niet gewend dat hun boodschappen in hun huis worden geleverd terwijl ze er zelf niet zijn. De belangrijkste doelstelling voor Albert Heijn is inzicht krijgen in de perceptie en de mening

Nuki Home Solutions GmbH | Onderdeel van Up To Eleven Digital Solutions GmbH | Münzgrabenstraße 92/4 | A-8010 Graz | Oostenrijk

T-DACH: 0800 722 494 0 | T-INT: +43 316 376120 | contact@nuki.io | www.nuki.io

CRN: 422826d | LG voor ZRS Graz | btw-nummer: ATU69049727

van zowel klanten als bezorgers bij deze nieuwe leveringsmethode.”, zegt **Julie Kuipéri**, Innovation Specialist bij Albert Heijn.

Nuki is trots op zijn samenwerking met Albert Heijn bij dit innovatieve project. **Martin Pansy**, CEO van Nuki Home Solutions legt uit: „Studies wijzen uit dat meer dan 15% van de klanten geïnteresseerd is in de thuislevering van voedingsproducten. We zijn er erg trots op dat we met een pionier zoals Albert Heijn kunnen samenwerken en zo als een van de eersten een veilige en slimme oplossing kunnen uitwerken voor de thuislevering van boodschappen terwijl de bewoners niet aanwezig zijn. Klanten kunnen met deze nieuwe leveringsmethode hun boodschappen veel gemakkelijker in ontvangst nemen, en leveranciers kunnen efficiënter werken en daardoor kosten besparen. In de sector van thuisleveringen kost de 'last mile' veel tijd en geld, en met een slimme oplossing kunnen we ervoor zorgen dat leveringen veel vlotter verlopen.“