

powered by

Future  
Proof  
Retail

futureproofretail.nl

HYPE  
Lab

# MULTISTORE APP

HANDLEIDING  
+ BUSINESS TIPS



Middels deze valorisatie worden de retailers geholpen bij het implementeren van de multistore applicatie binnen het bedrijf. De valorisatie gaat over de multistore applicatie en hoe de medewerkers deze applicatie snel onder de knie kunnen krijgen door middel van een video en een instructie middels handleiding.

## 4.2 Strategie

### 4.2.1 Geoptimaliseerde multistore applicatie

De multistore applicatie zoals die tijdens het HYPElab is getest wordt geoptimaliseerd. Er komen twee nieuwe functies bij, namelijk; het online afspraken maken/reserveren en reviews plaatsen. Deze optimalisatie is in overleg gegaan met bViva. Uit het klantenonderzoek van de Haagse Hoge School studenten kwam dezelfde optimalisatie eruit, dus iets in de vorm van reserveringen en het online afspraken maken. Bij 4.3.1 worden de functionaliteiten uitgelegd en bij 4.3.2 worden de twee nieuwe functies visueel en tekstueel toegelicht.

### 4.2.2 Instructie middels handleiding

Vanuit de aanbevelingen is gebleken dat de skills aangeleerd moeten worden maar dat er daarvoor eerst naar de persoonlijkheid van de medewerker moet worden gekeken. Dit kan middels de leerstijlen van David Kolb; de doener, dromer, beslisser en denker. Voor de *doener* zal dit bijvoorbeeld een instructie zijn waarbij er tussendoor stappen moeten worden uitgevoerd en daarnaast nog een video die in de applicatie afgespeeld kan worden. De *doener* probeert namelijk graag verschillende dingen uit. De *dromer* bekijkt eerst hoe anderen het doen, dat kan zowel een collega zijn als een buitenstaander, dus een derden. Voor deze persoon dus geen extra passende instructie. De *beslisser* voert de taken uit die hij inplant en houdt zich ook niet graag bezig met mensen, dus voor deze persoon een video die in de multistore applicatie wordt vertoond zodat hij niet hoeft om te gaan met mensen en ook geen droge theorie hoeft te lezen. Voor de *dinker* een handleiding creëren omdat de denker het liefste leert via een boek. Uit deze vier leerstijlen komen dus twee vormen van instructie naar voren, namelijk een video en een instructie middels handleiding. De doener en de beslisser leren graag via een video of handleiding, de denker leert via een handleiding en de dromer leert van derden.

Om in te gaan op al deze leerstijlen is het dus noodzakelijk dat er een video gemaakt wordt die in de multistore applicatie kan worden afgespeeld door de doener en beslisser. Deze video zal alleen zichtbaar zijn voor de medewerker, omdat deze een andere login heeft dan een consument. Verder zal er een instructie middels handleiding gemaakt worden voor de denker.

- Uit overleg met bViva blijkt dat een video zeer kostbaar is als leermiddel, omdat de features in de applicatie steeds veranderen. Dit moet dan telkens opnieuw geüpdatet worden in de video, dit kost tijd en tijd is geld. De werknemers van bViva gaven aan dat een aanpassing in een video veel meer tijd kost dan een aanpassing in bijvoorbeeld een handleiding. Het is dus niet haalbaar om steeds een kwalitatief goed filmpje te maken. Voor de valorisatie is er wel een video gemaakt om een beeld te geven van hoe het er uit kan zien, maar in praktijk zal dit dus te kostbaar zijn als dit op een kwalitatief goede wijze wordt gedaan.
- Er zal een instructie middels een handleiding een gemaakt worden voor de denker, deze instructie zal ook zichtbaar zijn in de applicatie. Dit is veel makkelijker aan te passen en dus makkelijk te realiseren. De video en de instructie middels een handleiding zijn beide gemaakt, het was alleen echter voor bViva niet meer mogelijk om deze functies in een korte tijd in de applicatie te zetten.

### 4.3 Optimalisatie multistore applicatie en benchmark

#### 4.3.1 Design van de multistore applicatie

In deze paragraaf wordt de invulling van de applicatie kort uitgelegd en worden de twee nieuwe functies duidelijk tekstueel en visueel toegelicht. Het logo en het design van de applicatie zijn rustig en clean met de kleuren wit en blauw. Er is gekozen voor een rustig design en eenvoudig logo omdat deze multistore applicatie toegankelijk moet zijn voor verschillende retailers. De kleuren zijn goed te combineren en creëren een minimalistisch design. De kleur blauw wordt in het bedrijfsleven vaak gebruikt en staat voor analytisch, logica en systematisch. Zie hiernaast voor logo multistore applicatie en zie screenshots in de instructie middels handleiding van het design binnen de multistore applicatie.<sup>3</sup>







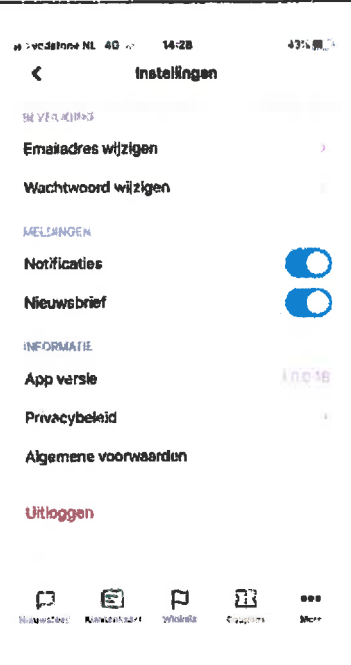
Afbeelding 5: bViva logo

Hieronder staan de verschillende functies van de applicatie opgesomd met een korte uitleg:

Functie	Uitleg	Visualisatie
Nieuwsfeed	<p>De eerste functie is het nieuwsfeed. Bij deze functie kan de consument alle berichten zien van de winkels waar hij/zij spaart. Dit omdat de consument anders overladen wordt aan informatie. Dus de informatie die de consument ziet, is dan ook relevant omdat de klant bij deze retailers winkelt.</p> <p>Voor de retailers is deze functie prettig omdat hier de informatie beperkter is dan bij bijvoorbeeld Facebook. Het nieuws valt dus sneller op en dit is voordelig voor de retailers. De retailer heeft ook toegang om informatie te krijgen over de foto, bijvoorbeeld de aantal likes en reacties. De retailer kan de klant hier weer op aanspreken en dit zorgt weer voor extra interactie.</p>	
Klantenkaart	<p>Iedere consument beschikt over een unieke QR-code en dit is tevens ook de klantenkaart. De klantenkaart kan gescand worden door een scanner die zich in de winkel</p>	

<sup>3</sup> Zo ga je om met andere "kleuren" op je werk - M.T.nl. (2018, July 5). Retrieved June 20, 2019, from <https://www.mt.nl/persoonlijke-ontwikkeling/boeken/zo-ga-je-om-met-andere-kleuren-op-je-werk/555637>



	<p>bevindt of via de sales assistent app. Als de consument de klantenkaart laat scannen bij een nieuwe winkel komt deze winkel automatisch in het systeem te staan bij "ik spaar bij", onder de functie "winkels", en deze winkel is ook te zien bij het nieuwsfeed.</p> <p>Aan het scannen van een klantenaart kunnen ook nog punten worden gekoppeld, bijvoorbeeld bij iedere aankoop krijg je 10 punten en bij 100 punten krijg je een 10% kortings-coupon.</p>	  <p>12345 67890 12345</p> <p>Peter Hoogerwerf</p>
<p>Winkels</p>	<p>Bij deze functie staan op het kopje "ik spaar bij" alle winkels waar de consument spaart. Hoe meer retailers beschikken over de applicatie, bij des te meer winkels de consument kan sparen.</p> <p>De punten die je spaart per winkel, kunnen in dezelfde winkel worden ingeleverd en niet bij alle andere deelnemende retailers. Mocht het gaan om dezelfde winkels maar dan in een andere stad, dan kan dit wel en kunnen punten wel bij ieder filiaal worden ingewisseld.</p> <p>Binnen deze functie is er nog een extra optie aanwezig, namelijk "in de buurt". Deze functie geeft aan welke winkels er in de buurt zijn waarbij er ook gespaard kan worden.</p>	 <p>Winkels</p> <p>IN DE BUURT</p> <p>J22 44 km Open 09:30 - 17:00</p> <p>Herengraf, Klantenkaart, Webshop, Coupons, meer</p>

Coupons	<p>Door het scannen van de klantenkaart kan de consument punten sparen bij verschillende winkels. Als de consument het juiste aantal punten heeft gespaard en er een coupon kan worden geopend, verschijnt deze bij "coupons". De coupon kan geopend worden en worden gebruikt. Dit moet gebeuren door middel van een medewerker. Wanneer de coupon ingewisseld is, verdwijnt deze uit "coupons".</p> <p>De retailers kunnen ook coupons zelf uitgeven en verzilveren. Verder verlopen de coupons binnen een bepaalde periode om de verkoop extra te stimuleren.</p>	
Meer	<p>hier kan de consument zijn/haar wachtwoord of e-mailadres aanpassen. De notificaties en nieuwsbrief kan hier ook aan/uit worden gezet. Ook kan je hier uitloggen.</p>	

Tabel 1: bestaande functies multistore applicaties

#### 4.3.2 Optimalisatie multistore applicaties

Er worden twee extra functies toegevoegd in overleg met bViva en dit zelfde is ook naar voren gekomen uit het onderzoek van de Haagse Hogeschool (HHS):

Functie	Uitleg	Visualisatie
<p>1. Online afspraken maken/reserveren</p>	<p>Deze functie is beschikbaar wanneer dit voor een retailer toepasbaar is, zoals bijvoorbeeld een restaurant of kapperszaak. Deze knop kan via het besturingssysteem achter de applicatie voor iedere retailer anders worden ingesteld. Wanneer er op deze online afspraken maken/reserveren knop wordt gedrukt, opent zich de link van de retailer waarop er een afspraak/reservering kan worden gemaakt. bViva zorgt dus niet voor een externe pagina, maar deze heeft de retailer vaak al.</p>	
<p>Reviews</p>	<p>Via deze functie is het mogelijk om de winkel te beoordelen via een smiley en een review te schrijven. De retailer kan instellen na welke tijd de consument een melding krijgt nadat hij/zij een aankoop heeft gedaan.</p>	

Tabel 2: nieuwe functies multistore applicatie

Om een applicatie op de markt te brengen, wordt er eerst gekeken naar de concurrentie. Voor de grote concerns zoals Intersport en HEMA zijn er al genoeg applicaties en andere hulpmiddelen. Deze grote concerns hebben een groot budget, maar MKB-ers hebben hier echter geen budget voor. Tijdens het onderzoek is gebleken dat deze retailers vaak al een systeem hebben, maar dat deze systemen niet te vergelijken zijn met wat de multistore applicatie kan.

Een multistore applicatie, zoals die is ontwikkeld door bViva, bestaat nóg niet. Via deskieserach is gebleken dat er al systemen zijn, zoals bijvoorbeeld Piggy en Klantenkaart. Bij Piggy wordt marketing en sparen gecombineerd in een loyaliteitsprogramma. De punten die de klant spaart, middels een pas met een unieke QR-code zijn gebonden aan de desbetreffende retailer. Door dit loyaliteitsprogramma wordt de beleving van de klant geoptimaliseerd. Verder is het communiceren met consument essentieel voor het creëren van loyale klanten. De retailer heeft toegang tot statistieken en kan hierop communiceren naar de klant. Dit kan variëren van een nieuwsbrief tot een persoonlijke verjaardag mail.<sup>4</sup>

Zie op afbeelding 6 hoe de klantenpas van Piggy eruitziet:



Afbeelding 6: klantenpas Piggy

Klantenkaart werkt praktisch hetzelfde. De consument wordt voorzien van een elektronische pas en de consument wordt ook hier beloont met punten, en de consument beloont de retailer met zijn loyaliteit. Vanuit het spaarsysteem krijgt de retailer inzicht in de consument en zo kan de consument gericht worden benaderd. Zie hieronder een foto van het klantenkaart spaarsysteem:



Afbeelding 7 : klantenkaart spaarsysteem

Het verschil met wat al bestaat en wat bViva ontwikkelt is dat bij de bestaande systemen er geen nieuwsoverzicht is, het sparen met QR-codes via pasjes gaat en dat al deze informatie niet in één applicatie zit. Door het introduceren van de multistore applicatie van bViva krijgt zowel de consument als de retailer overzicht in de aankopen van de consument en de berichten vanuit retailers en dit zorgt voor een betere klantervaring en -binding en extra loyaliteit naar de retailer toe. Dit is een toevoeging voor de klant en zeer belangrijk voor de toekomst.

<sup>4</sup> Piggy. (n.d.). Retrieved June 20, 2019, from [https://piggy.nl/ondernemers?gclid=Cj0KCCQjw?JzoBRDjARIsAGcdIDV-VLJQI7pecxW-X7xv7J6Gm7o5LZefXal06h62WcnJOOHc-n5Qx\\_caArMWEALw\\_wc5](https://piggy.nl/ondernemers?gclid=Cj0KCCQjw?JzoBRDjARIsAGcdIDV-VLJQI7pecxW-X7xv7J6Gm7o5LZefXal06h62WcnJOOHc-n5Qx_caArMWEALw_wc5)



<b>Functies bestaande systemen</b>	<b>Vershil met functies bViva</b>
Sparen met QR-code middels pas	Sparen met QR-code middels applicatie
Consument kan afspraken maken via een site of iets dergelijks	Consument kan afspraken maken middels applicatie
Retailer heeft inzicht in statistieken over likes en reacties. Dit gaat ook weer via een bepaalde site	De retailer beheert een eigen login van de sales assistent applicatie met toegang tot statistieken van de consument
Een bedrijf heeft bijvoorbeeld Facebook of Instagram	Binnen de applicatie is er ook een nieuwsoverzicht beschikbaar waarbij de consument berichten ontvangt van de winkels waar er gespaard wordt. Zo is de informatie beperkt en gefilterd, dit is een voordeel ten opzichte van Facebook

Tabel 3: functies bestaande systemen en functies bViva

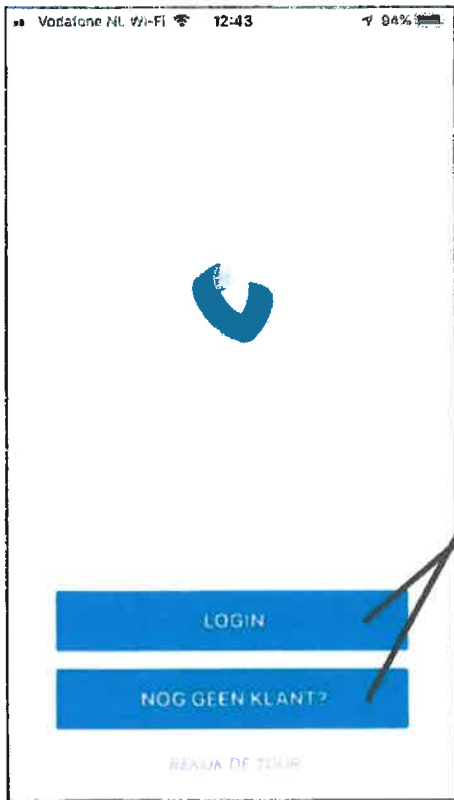
Alle functies die nu bestaan zijn verwerkt in de multistore applicatie van bViva. De MKB-ers maken nu vaak gebruik van één of twee systemen/websites om aan deze functies te komen. Maar het grootste verschil is dat al deze functies binnen één applicatie verwerkt zijn en dit een goed overzicht geeft.

#### 4.4 Instructie middels handleiding

Voor het aanleren van de multistore applicatie aan de medewerkers is het belangrijk dat er gekeken wordt naar de persoonlijkheid van de medewerker. Dit is gedaan met de leerstijlen van David Kolb. *De doener* en *de beslisser* leren goed middels een video, *de dromer* leert van anderen en dus via derden en *de denker* leert middels een handleiding.

Op de video is te zien hoe de consumenten- en sales assistent applicatie werken. De link van deze video is [https://www.youtube.com/watch?v=EVvKr6e\\_wgM&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=EVvKr6e_wgM&feature=youtu.be). Voor het opnemen van de video is er gekeken naar welke handelingen een consument onderneemt en hoe de medewerker hierop kan reageren. Dit allemaal met betrekking tot de multistore applicatie. De video is zeer kostbaar als leermiddel omdat de features in de applicatie steeds veranderen. Dus in praktijk is dit minder realistisch, omdat het zeer kostbaar is. Dit is kostbaar omdat er veel tijd in gaat zitten om een aanpassing in de video te maken, dit gaven de medewerkers van bViva aan.

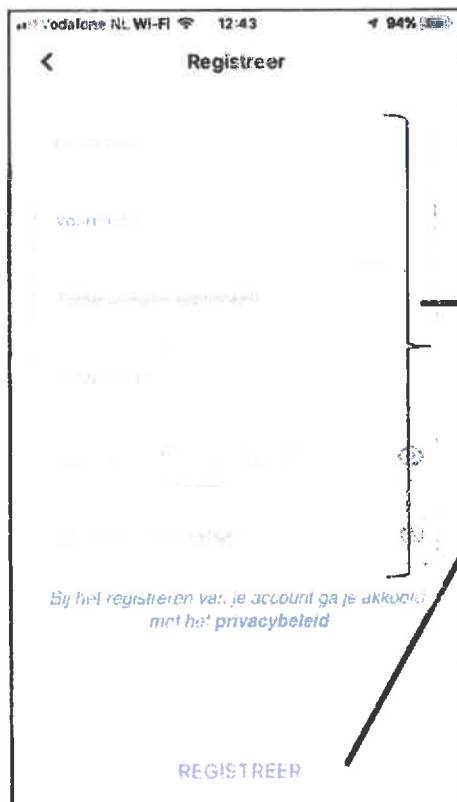
Een instructie middels een handleiding is daarentegen veel gemakkelijker aan te passen. Dit is tevens de tweede vorm van instructie. De handleiding zal duidelijk geven over alle functies die met de applicatie bediend kunnen worden. Aan de linkerkant is er een print screen weergegeven en daarbij ter verduidelijking pijlen met een uitleg ernaast. Zie hieronder de instructie middels handleiding.



De app gedownload is zie je dit scherm verschijnen wanneer je app opent. Dit komt voor zowel de retailer als voor de consument in beeld.

Als de consument nog geen klant is, dan maak hij een account aan.

Vervolgens kan je inloggen met je emailadres en wachtwoord. Als de klant al wel een account heeft kan



Klant vult de gegevens in en drukt op registreren.

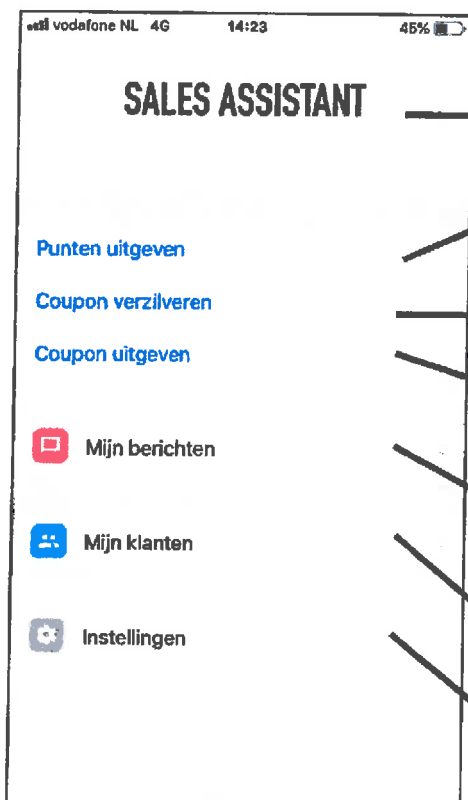
Als de knop 'registreer' niet blauw wordt betekent het dat de klant niet alle informatie heeft ingevuld.



dit scherm is te zien welke winkels in de buurt gebruik maken van de multistore applicatie en bij welke winkels er gespaard wordt.

op 'in de buurt' te klikken verschijnen er winkels.

Door rechtsboven op het scantekentje te klikken, en hiermee punten te verkrijgen verschijnt deze winkel bij



het de sales assistent app waar je punten kan uitgeven, coupons kan verzilveren en coupons kan uitgeven.

Bij **punten uitgeven** kan je een aantal punten ingeven bijvoorbeeld 10, 20 of 30 vervolgens kan je de klantenkaart scannen van de consument.

**Coupon verzilveren** zal je klant moeten vragen om de coupon te tonen en doorgaan om deze te scannen.

Bij **coupon uitgeven** kan je de desbetreffende coupon kiezen die je graag wilt uitgeven, bijvoorbeeld: gratis vermaken van artikel naar keuze.

Bij **mijn berichten** kan je een bericht plaatsen met foto erbij, deze verschijnt dan in nieuwsfeed in de consumenten app.

Bij **mijn klanten** kun je precies zien wie er allemaal al klant is bij jullie en kan je klanten opzoeken.

Bij **instellingen** kan het emailadres en wachtwoord iJzigd worden. Hier kan je ook uitloggen.



Door te klikken op klantenkaart verschijnt er een unieke QR code met daarbij de ID en naam van de klant.

Door deze QR code te scannen komt die bij 'ik spaar bij'. Dan kunnen er punten en coupons worden ontvangen door de consument.



Dit is het overzicht van de winkels waarbij er gespaard wordt.



Als er genoeg punten zijn gespaard, wordt het puntenknopje blauw. Hier kan de klant op drukken en er verschijnt in het overzicht van coupons, de desbetreffende coupon.

Deze kan geopend worden in het bijzijn van een medewerker. Als de coupon geopend is en gescand is deze verzilverd en zal die verdwijnen uit het overzicht.

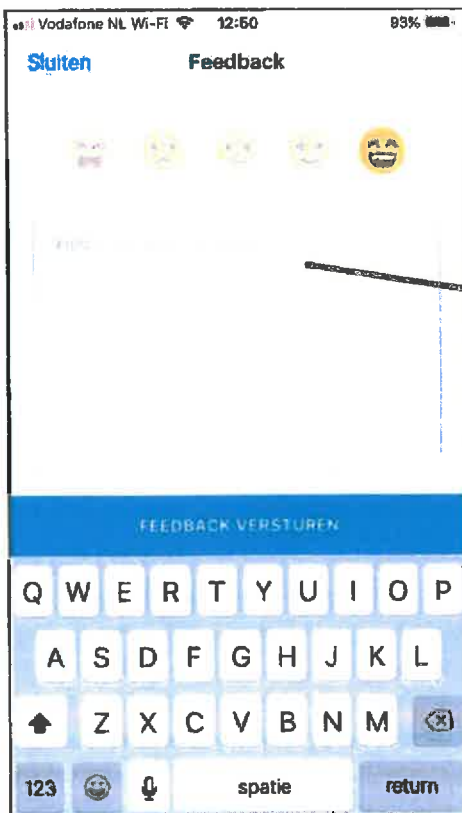


Er kan online gereserveerd worden bij winkels waar dit ook mogelijk is, als een kapper of een horecagelegenheid.

Wanneer dit mogelijk is, is er in het overzicht van de winkel de knop 'reserveren' te zien. Wanneer de consument hierop drukt, opent zich de afsprakenpagina van het bedrijf. Meestal is dat de website.



Het moment dat er een actie is verricht, krijgt de consument na (gewenste tijd van de retailer) een notificatie binnen met het verzoek om een review te plaatsen.



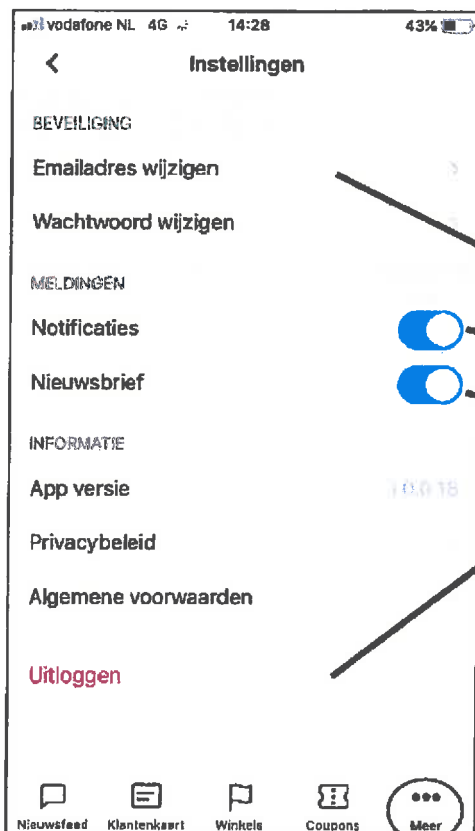
Bij de review kan ook feedback gegeven worden, dat kan de consument invullen bij 'heb je feedback voor ons'. Vervolgens kan de klant op feedback versturen klikken. De retailer zal de feedback ontvangen.



Hier verschijnen alle berichten die geplaatst zijn bij de winkels waar er gespaard wordt. Alle berichten, acties en aanbiedingen worden zo snel en gemakkelijk zichtbaar.

De informatie is alleen zichtbaar voor de winkels waar de consument spaart.

Voor toevoegen van een bericht in de nieuwsfeed zie uitleg sales assistent app bij 'mijn berichten'.



Bij de functie 'meer' kan de consument;

- Het e-mailadres en wachtwoord wijzigen

- Notificaties aan en uit zetten

- Zich aanmelden voor de nieuwsbrief

- Uitloggen

## 4.5 Kosten

In dit hoofdstuk wordt er ingespeeld op de kosten per retailer. Er liggen voor meerdere branches kansen, voor zowel kledingwinkels als voor restaurants. Tijdens het overleg met bViva is er gebleken dat er nog geen duidelijk gegeven kan worden over wat de kosten zijn voor een collectief of een heel winkelgebied. Dit komt omdat de multistore applicatie die gebruikt werd tijdens HYPElab een demo was en er geen overleg met ondernemingsverenigingen heeft plaatsgevonden. Het enige wat bViva hierover kan zeggen is dat wanneer het gaat om meerdere verenigingen bij elkaar dat het goedkoper wordt, maar hoeveel dat is niet duidelijk. De kosten worden alleen weergegeven per retailer omdat de kosten hiervan bekend zijn.

### 4.5.1 Kosten per retailer

Na overleg met bViva is het duidelijk geworden wat voor budget de retailer nodig heeft voor het implementeren van de multistore applicatie. De kosten zijn hieronder opgebouwd in een tabel:

Taken	Kosten
Invoer van gegevens, aanmaken van accounts etc. en applicatie passend maken voor iedere retailer	€200 eenmalig
Multistore applicatie	€35-40 per maand

Tabel 4: kosten retailer

### 4.5.2 Stappenplan

Stappenplan voor implementatie van de multistore applicatie:

1. De video en instructie middels handleiding in de applicatie **zetten**, hier moet goed over nagedacht worden hoe dit eruit komt te zien omdat het voor de gebruiker wel makkelijk leesbaar moet zijn.
2. Nauwkeurig en goed werkend maken van nieuwe functionaliteiten binnen de applicatie. De eerste stap hierin is beoordelen of technisch realiseerbaar maken en dan pas in kaart brengen hoeveel werk dit met zich meebrengt.
3. De multistore applicatie uitbrengen in de App Store, voor iOS is het reviewtraject iets spannender dan bij Android want hierbij wordt een app zelden geweigerd. Het duurt in beide gevallen maximaal 4 dagen.
4. De applicatie is geïmplementeerd bij retailers en er wordt feedback verzameld.
5. Na 2 maanden wordt de feedback verwerkt en de applicatie wordt bijgesteld.
6. Herlancering van multistore applicatie oftewel een update.

Bij stap vier tot en met zes wordt er eerst een project met een pilot bij een selecte groep locaties en app gebruikers gestart. Dit biedt de mogelijkheid om bij te schaven voordat het bij het grote publiek wordt geïntroduceerd.

## 4.6 Risicomanagement

Termijn	Risico	Eventuele oplossing
Korte termijn	1. Te weinig downloads	Achterhalen waarom de consument de applicatie niet download. Mocht het zo zijn dat die minder bekend is, dan moeten de medewerkers meer de applicatie promoten in de



		<p>winkel en daarnaast ook promoten buiten de winkel.</p> <p>Het kan ook zijn dat de applicatie niet gedownload wordt omdat de applicatie niet bevalt, in dit geval zal er moeten worden gekeken naar een passende oplossing om de applicatie wel weer zo te maken dat de consument het wel gemakkelijk en prettig vindt.</p>
	2. Medewerkers begrijpen de applicatie niet goed, niet goed opgeleid	<p>Het kan zijn dat de medewerkers de applicatie niet op de juiste manier promoten bij de consument. Door te investeren in de medewerkers en een goede uitleg te geven over de applicatie kan hij/zij de applicatie ook goed en op de juiste manier onder de aandacht brengen bij de klant. Dit kan door middel van een instructie video of een handleiding.</p> <p>Hierbij is het ook van belang dat de medewerkers aangeven hoe zij de manieren van aanleren beleven. Als er hierin feedback of opmerkingen zijn is dit handig om mee te nemen voor de optimalisatie van de instructies.</p>
Lange termijn	1. De multistore applicatie verliest zijn toegevoegde waarde	<p>Er zal eens in de zoveel tijd een update plaats moeten vinden. En hierin zal er geluisterd moeten worden naar de gebruikers en de medewerkers aan de hand hiervan kunnen er optimalisaties plaatsvinden. Als dit gebeurd zal het niet zijn toegevoegde waarde verliezen voor de klant.</p>
	2. Concurrentie	<p>bViva is nu de eerste die een betaalbare vorm van een loyaliteitsprogramma aanbiedt, namelijk een</p>

		multistore applicatie. Maar in de toekomst kan het zijn dat dit door meerdere bedrijven ontwikkeld gaat worden en zij hierin concurrentie zullen krijgen. Door hier goed op te letten kunnen ze zorgen dat ze zich altijd onderscheiden, dit kan zowel in de service als in de uitstraling van de applicatie zijn.
--	--	--

Tabel 5: risicomanagement

1

## Sales Assistant app



- Variabel aantal punten uit te keren
- Kan meerdere soorten coupons uitgeven
- Kan coupons innemen (scannen)
- Kan gemakkelijk nieuwsbericht versturen naar de consumenten app
- Kan klant profielen bekijken

2

## Klantencarta Tablet scanner



- Vast aantal punten uit te keren
- Optioneel :1 type coupon uit te keren

3

## Vouchers met unieke QR code



- Vast aantal punten uit te keren

## De consumenten app (iPad)



- Je kunt klikken op "Registreren" en vervolgens elk willekeurig e-mailadres en naam invoeren van een consument;
- Op dat moment heb je als "nieuwe" gebruiker een nieuwe start. Dus geen bezochte winkels en spaarpunten, geen coupons, geen nieuwsberichten;
- In het Side Menu, kun je onder "Instellingen" klikken op "Uitloggen" om vervolgens een nieuwe gebruiker aan te kunnen maken.

## De Sales Assistant app (iPad)

- Je kunt inloggen met één van de onderstaande logins;
- Onder "Instellingen" kun je uitloggen zodat je met een ander winkelaccount in kan loggen.

## Tablet klantenkaart scanner (Android tablet)

- Je kunt inloggen met één van de onderstaande logins;
- Je vervolgens kiezen voor: "SCAN & SPAAR ACTIVEREN" waarna klantenkaarten van consumenten gescand kunnen worden;
- Om uit dat scherm te komen, tik je twee keer met twee vingers op het scherm;
- Om uit te loggen klik je dan op "SALES ASSISTANT APP OPENEN" en daar vervolgens in "Instellingen" en "Uitloggen", waarna je met een ander account kunt inloggen.

**Let op:** Het tablet hoeft niet op Standby gezet te worden. Als dat wel gebeurd is (met de knop linksboven op het device), dan zal bij ontgrendelen een volledig wit scherm tonen. Klik in dat geval op de home knop (fysieke ovale button rechts) en swipe vervolgens om de scanner weer te activeren.

- |                    |                         |                      |                           |
|--------------------|-------------------------|----------------------|---------------------------|
| • Instore concept: | instore@bvivamobile.com | • Groene vingers:    | groene@bvivamobile.com    |
| • Topdeal Matches: | topdeal@bvivamobile.com | • Van Renssen tabak: | renssen@bvivamobile.com   |
| • Ray Brandstore:  | ray@bvivamobile.com     | • Mini me:           | minime@bvivamobile.com    |
| • NO 13:           | no13@bvivamobile.com    | • J22:               | j22@bvivamobile.com       |
| • De Sjees:        | desjees@bvivamobile.com | • Zuidgeest kappers: | zuidgeest@bvivamobile.com |

Wachtwoord voor bovenstaande logins is steeds: **123456** - **Let op:** beloningen worden in saldo's bijgehouden per winkel, dus als de Klantenkaart tablet scanner of Sales Assistant app gebruikt wordt in een winkel zorg dan dat je met juiste login bent aangemeld.