



Albert Heijn (maal)tijd

**Minor: Content in motion
Talking Facades**

**Ömer Önder
Rodney Codfried**

Inhoudsopgave

Doelgroepomschrijving	3
Scenario	4
Locatie onderzoek	5
Het concept	6
Technische verantwoording	7
Plan van aanpak	8

Doelgroepomschrijving

Because we chose the AH near the dam square we have a specific target group. Our people are most of the time on the move and don't want to spend a lot of time in the AH. Most of them go in for 5-10 minutes and hurry out, because they have to catch their tram or bus, or they have to go to work.

But there are also people who get their lunch or dinner at AH because they don't have time to go home and cook or go to a restaurant. People need a quick dinner, but want to have a choice of different kinds of taste. If you leave it totally up to the people, they will have trouble of choosing what to eat. But if you help them out a little bit, they will have their choice made a lot quicker.

So actually we have 3 kinds of target groups:

- The people in the morning who have to hurry to whatever.
- People who have their lunchtime.
- People who are done with working/school and need to get dinner.

We split the day in 3 time zones:

- From 7:00 in the morning till 12:00.
- Then from 12:00 till 17:00.
- And then from 17:00 till 22:00.

Every time zone stands for different kind of people with different wishes.

In the morning till 12:00 people need their breakfast. They can of course get this at our location. But there is no special thing going on for breakfast time. People will have to go in the store, scan through the shelves, and pick out their choice.

At our location of AH we also have some extra facilities. For people who need lunch from 12:00 till 17:00 they can get their needs at the special lunch department. Here you can choose what kind of sandwich you want, and this will be freshly made for you.

In the evening, from 17:00 till closing time (22:00) our concept will be used. People can get their dinner with the great quality, service and prices of Albert Heijn.

Doelgroepomschrijving Scenario

Jose Puervo

Jose has to be at the dam square every day. He goes to school 3 days a week, and works 2 days a week at an office nearby the dam square. So he is 5 days a week at this location.

When Jose goes to school he leaves pretty early and is almost every day at 9:30 at the dam square. Sometimes he's pretty late, and sometimes he's on early. So what he does is buy a "goedemorgen" drink when he's late. He drinks it as a breakfast. But when Jose is early he always wants to enjoy a good cup of coffee. Then he will take the time to drink it up, and walk slowly to his school.

But the "goedemorgen" drink goes in fast. He will not spend more than 2 minutes in the AH and runs off to his school. He drinks his "goedemorgen" on the way and at school. No time to enjoy, just get it in!

When Jose is out of school he gets at the dam square at around 16:00. If he is hungry he goes in and buys a nice sandwich at the sandwich counter.

But when Jose gets out of work he gets to the dam square around 19:00. Most of the times he doesn't want to cook, and today he is also very tired. He wants to get in his tram and go directly to his home. So what he does is go to the AH, and order his meal at AH (maal)tijd. A new concept of the AH. Jose wants to try some Japanese dinner, so he chooses his meal at the interactive screen in the store. After he made his choice he goes to the counter where he can pick up his meal. Now Jose has his meal, and can go directly to his house where he can enjoy a great piece of meal from the AH.

Albert Heijn @ Nieuwe Zijds Voorburgwal Locatie onderzoek

Together with my team partner we went to the dam square and watched what happened at the Albert Heijn at that location. First I went there when I was going to work, so it was around 09:00 that I was walking around the Albert Heijn. I noticed that a lot of people didn't spend more time than 5 minutes in the store. Of course this was already a known fact, because people have to hurry to their work. But I confirmed that it really is true, so we know what to expect.

My team partner went there around lunchtime and got a sandwich inside. Our location has a special sandwich counter, which makes fresh sandwiches of your own choice. My partner noticed that a lot of people walked in, got their sandwich, got a drink, and walked out. They didn't spend more than 10 minutes within the store.

Together with my partner we observed the people who got out of their work. At around 19:00 we stood in front of the door, and also spend some time within the store. Most of the people who walked in got some bread, bread toppings, drinks, and something to eat for dinner. A lot of people had no more than 5 products in their hands. 1 out of 10 people really got big bags full of products, enough for a week.



Het concept

Stel je voor dat je binnenloopt in de Albert Heijn en je ziet een nieuwe grote stand met een scherm erin. Je loopt naar het scherm omdat je nieuwsgierig bent wat er opstaat. Het ziet er aantrekkelijk en fris uit.

Op het scherm zie je iets staan met verse maaltijden en dergelijke. Ook zie je informatie over wat je kunt doen met het scherm. Je wilt het eens uitproberen en raakt het scherm aan. Het blijkt namelijk touchscreen te zijn.

Je kunt kiezen uit verschillende keukens. Vandaag had je net toevallig zin in Italiaanse spaghetti. Je selecteert de Italiaanse keuken en je ziet er spaghetti bij staan. Daarnaast krijg je er een salade bij, en ook nog eens een toetje. In plaats van het toetje wil je eigenlijk een fles wijn, dus klik je op de wijn.

Je ziet dat het scherm verdergaat, en je bestelling tevoorschijn komt. Simpel zat. Je kikt op bevestig en je krijgt een bonnetje. Nummer 23. Op het scherm staat aangegeven dat je na ongeveer 5-10 minuten je bestelling kunt ophalen bij de nieuwe AH (maal)tijd afdeling verderop in de winkel.

Je gaat verder boodschappen doen, en gaat na 8 minuten naar deze afdeling. Daar staat je bestelling klaar, en je neemt het mee.

Verse warme maaltijd van Albert Heijn, geniet!

Technische verantwoording U-Casting

U-Casting® is een unieke combinatie van digitale beeldtechnologie, netwerken en een geheel nieuw ontworpen scherm in vrijwel alle denkbare afmetingen. Het is een revolutionair projectiesysteem voor zowel indoor als outdoor advertising.

U-Casting® gebruikt twee componenten om elke gewenste boodschap over te brengen:

- De actieve component: Ontvangstunit en multimediaprojector, aangestuurd door relevante software.
- De passieve component: Een geheel nieuw ontworpen scherm waarop de beelden worden geprojecteerd.

De ontvangstunit gebruikt vrijwel altijd een smalle bandbreedte en is uitgerust met speciaal ontworpen software. Het systeem is klaar voor de toekomst. Zo kan de overstap naar HDTV direct en tegen verwaarloosbare extra investeringen gemaakt worden. Er hoeft in dat geval slechts een HDTV-videokaart in de multimediaprojector geplaatst te worden en op het scherm verschijnen beelden van HDTV-kwaliteit. Hier zit de kracht van het concept.



Touchscreen

Ook wordt er binnen ons concept gebruikt gemaakt van een touchscreen. Dit touchscreen wordt in de winkel geplaatst. Op dit touch screen kan de gebruiker zijn/haar bestelling plaatsen. De bestelling zal bereid worden in de Albert Heijn keuken en hier kan de gebruiker zijn bestelling ophalen.

Een touchscreen is een scherm die de aanrakingen op het scherm detecteert. Dit zorgt ervoor dat het scherm gebruikt kan worden zonder muis en toetsenbord. In de keuken zal ook een computer geplaatst worden. De computer is aangesloten op het zelfde netwerk als het touchscreen. Hierdoor kunnen de bestellingen in de keuken ontvangen worden en vervolgens door de koks bereid worden.

(Bron: <http://www.3a-tcp.nl>)

Plan Van Aanpak

Hoe gaan we dit gebruiken binnen AH

Binnen de Albert Heijn kan U- casting goed gebruikt worden. De projectie schermen zijn makkelijk in de ramen van de voorgevel van Albert Heijn te plaatsen. De schermen zijn in verschillende maten te verkrijgen, wat betekent dat het oppervlakte van de raam hierin een rol speelt.

De boodschap

Een snelle maaltijd voor in de pauze ,onderweg of om mee te nemen naar huis.

Doordat dit scherm geplaatst wordt kunnen bezoekers en voorbijgangers zijn wat er in de keuken van Albert Heijn gebeurt. Behalve dat er live beelden vanuit de keuken te zien zijn, worden er ook de maaltijdtips van de Albert Heijn keuken op de schermen gegeven. Deze maaltijdtips zijn in de Albert Heijn keuken te verkrijgen. Tussen de live beelden door zullen de tv commercials van de bonus aanbiedingen te zien zijn.

Waarom een scherm?

Het scherm wordt gebruikt in combinatie met een touchscreen in de winkel en met de website van de Albert Heijn. Het touchscreen zal geplaatst worden bij de ingang van de Albert Heijn zodat de bezoekers eerst een bestelling kunnen plaatsen voordat ze hun daadwerkelijke boodschappen gaan doen. Halverwege hun boodschappen kan de bezoeker zijn bestelling ophalen bij de Albert Heijn (maal)tijd afdeling met het bonnetje dat de bezoeker heeft gekregen bij het plaatsen van zijn/haar bestelling.

Het is ook mogelijk om online een bestelling te plaatsen. De gebruiker ontvangt ook een nummer nadat de bestelling is geplaatst en kan met zijn nummer naar de Albert Heijn (maal)tijd afdeling om zijn bestelling op te halen.

De keuze van dit concept.

Bij deze Albert Heijn komen de meeste mensen in hun pauze om te lunchen of na het werk om een kleine boodschap te doen om snel nog wat te thuis koken voor het avond eten. Door de Albert Heijn (maal)tijd concept wordt het eten vers bereid en kan de bezoeker gemakkelijk en overzichtelijk een maaltijd samenstellen. Dit concept is bij veel filialen van de Albert Heijn inzetbaar. Veel AH filialen bevinden zich in gebieden waar er veel geluncht wordt en waar veel mensen na hun werk boodschappen doen voor het avond eten.