

Abstract

Bei der Entwicklung seines Tablets Hudl hat Tesco eng mit Open Reply zusammengearbeitet. Das Unternehmen der Reply-Gruppe gehörte dabei zu den Schlüsselpartnern dieses Projekts, das für Tesco einen wichtigen Meilenstein bei der Umsetzung seiner Vision für die Zukunft darstellt – international zum führenden Einzelhändler zu werden, online wie offline.

Tesco arbeitet mit aller Kraft daran, seine Online-Präsenz im digitalen Bereich auf ein neues Level zu heben, um so nicht nur seine Position gegen Wettbewerber wie Amazon und Google zu verteidigen, sondern auch um seine Kunden auf eine digitale Entdeckungsreise mitzunehmen.

Tesco entschied sich für dieses Projekt für Open Reply als strategischen Entwicklungspartner und beauftragte das Unternehmen mit einer Reihe von Aufgaben:

- Anpassung des Android-Betriebssystems für Hudl, so dass damit nicht nur das Tablet betrieben, sondern auch die Markenbotschaft transportiert werden kann.
- Realisierung eines „Over The Air“-Update-Distributionssystems
- Entwicklung einer maßgeschneiderten „Getting Started“-App für neue User, in der alle Aspekte – von der Hardware über die Software bis zur Anpassung der Internetsicherheitseinstellungen – vorgestellt wird.



Neue Dimension für Android: die Entwicklung des Hudl-Tablets von Tesco

Die Ausgangssituation

Tesco ist einer der größten Einzelhandelskonzerne der Welt. In weltweit 12 Ländern beschäftigt das Unternehmen über 530.000 Mitarbeiter, die mehrere zehn Millionen Kunden pro Tag bedienen.

Seine Wurzeln hat das britische Unternehmen mit Hauptsitz in Großbritannien im Lebensmittelhandel. Seit den frühen 90er Jahren betrieb Tesco jedoch eine weltweite Expansion des Unternehmens und erweiterte sein Angebot um den Vertrieb von Büchern, Kleidung, Elektronik, Möbeln, Kraftstoffen und Software. Zudem begann Tesco damit, Finanz-, Telekom- und Internet-Dienste anzubieten.

Dabei zeichnet sich Tesco immer durch eine besondere Kundennähe aus: Seit der Einführung der Clubcard im Jahr 1995 hat Tesco hart daran gearbeitet, die Bedürfnisse seiner Kunden kennenzulernen und zu verstehen, wie ihr Leben aussieht, um ihnen die beste Auswahl sowie den bestmöglichen Service in allen Produktkategorien zu bieten.

Die Welt von heute ist eine vernetzte Welt, und dies bedeutet, dass die meisten Menschen, einschließlich der Kunden von Tesco, in einer „Mixed Reality“ leben, in der Technologie eine große Rolle spielt. Für die nachwachsenden Generationen - die sogenannten Digital Natives - existiert die Unterscheidung zwischen online und offline nicht mehr und sie erwarten, dass diese beiden Welten übergangslos miteinander verschmelzen. Sie erwarten, mit einem Gerät alles bequem erledigen zu können: mit Freunden und Familie zu kommunizieren, aber auch einzukaufen oder nach Informationen zu suchen – und zwar sowohl zu Hause, wie auch am Arbeitsplatz oder unterwegs.

Eine vor kurzem von Reply durchgeführte Studie zur Rolle von mobilen Endgeräten im Einzelhandel zeigte, dass Shopping zu den beliebtesten Aktivitäten am Tablet gehört. Laut der Studie nutzen 90% der Tablet-Besitzer ihr Gerät, um Webseiten zu besuchen, wobei 79% von ihnen einen Kauf tätigen.

Das Ziel von Tesco war es, in diesem digitalen Umfeld auf neue Art mit seinen Kunden zu kommunizieren und diese in ihrer Welt zu erreichen und ihr Leben dabei einfach und angenehmer zu gestalten. Die Technologie ist auf dem besten Wege, zu einem festen Bestandteil im Leben der Familien zu werden, und Tablets spielen dabei eine immer größere Rolle. Tesco hat sich daher dazu entschlossen, ein eigenes Tablet zu bauen: das Hudl.

Das Hudl soll dem Konzern seine Kunden noch näher bringen und ihnen einen zentralen Zugang zu allen Waren und Dienstleistungen geben, die sie von Tesco beziehen. Tesco will den Kunden nicht nur das Leben vereinfachen, sondern ihnen auch eine einzigartige Shopping- und Entertainment-Erfahrung bieten. Zudem gibt es auch einen Bedarf nach einem Gerät, das erschwinglich ist und für die Nutzung in der gesamten Familie ausgelegt ist, mit Usern unterschiedlichen Alters und unterschiedlichen Interessen.

Damit stand das Konzept des „Hudl“ fest: ein neues 7“ HD-Tablet, das Zugang zu allen Funktionen und Inhalten bietet, die Tesco-Kunden erwarten, und zwar auf eine nutzer- und familienfreundliche Weise.

Das Tablet wurde von Tesco von Grund auf neu entwickelt und auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten, wobei die einfache Bedienung immer im Vordergrund stand. Hudl-User haben nun einen direkten Zugang zum gesamten digitalen Service-Angebot des Konzerns, einfach und bequem erreichbar über einen zentralen Launch-Button. Das Service-Angebot umfasst die neuesten Blinkbox-Filme und TV-Serien, Musik, Clubcard TV (kostenlose Filme und TV-Programme exklusiv für Clubcard-Besitzer), Banking-Services und natürlich auch Online-Shopping von Lebensmitteln, Bekleidung, Heimtextilien, usw.

Die Lösung

Schlüsselpartner bei der Entwicklung von Hudl war Open Reply, das auf die Entwicklung kreativer und technisch innovativer, mobiler Marken- und Vertriebslösungen spezialisierte Unternehmen der Reply-Gruppe.

Die Aufgaben von Reply als Entwicklungspartner für Hudl umfassten zahlreiche Aspekte. Seit 2012 arbeitete Open Reply eng mit Tesco und den anderen Partnern an diesem Projekt zusammen. Die Zusammenarbeit betraf dabei alle Aspekte des Geräts: von der Anpassung des Kernbetriebssystems auf Android-Basis über die Entwicklung von Apps und Widgets bis zur Beratung von Tesco und seiner Design-Partner bezüglich der Art und Weise, wie mit Apps und Widgets das Android-spezifische Benutzererlebnis am besten geschaffen werden kann.

Tesco hatte von Beginn an die klare Vorstellung, dass Hudl seinen Nutzern eine native Android-Erfahrung bieten sollte, subtil bereichert um das Tesco-Branding und den Zugang zu dessen digitaler Service-Welt. Dieser Vorstellung konnte mit einer sehr sanften Anpassung des Android OS entsprochen werden, die jedoch große Erfahrung und tiefes Know-how über Googles mobiles Betriebssystem erfordert, über die nur wenige Tablet-Hersteller verfügen.

Um das bestmögliche Verfahren für die Anpassung von Android an die von Tesco gestellten Anforderungen entwickeln zu können, arbeitete Open Reply Hand in Hand mit dem britischen Einzelhandelskonzern. Dank dem Android-Know-how von Open Reply erhielt Tesco als Tablet-Hersteller Zugang zu den Schlüssel-Diensten von Google, die auf keinem modernen Android-Gerät fehlen dürfen.

Die größte Herausforderung bei der Anpassung von Android für Hudl war die Modifikation der klassischen Android-Navigationsleiste, die einen Tesco-spezifischen Launch-Button enthalten sollte, mit der User einen direkten Zugriff auf die Online-Dienste von Tesco erhalten. Mit dem einfach zu bedienenden Launch-Button haben die Kunden von Tesco einen schnellen und direkten Zugang zu allen Services des Unternehmens.

Zu den Anpassungen, die in Android vorgenommen wurden, gehörten auch einige „kosmetische“ Änderungen wie das Wallpaper, das Boot-Logo sowie Änderungen der Klänge.

Neben der Anpassung des Betriebssystems übernahm Open Reply auch die Entwicklung zahlreicher Apps, mit denen die User das Gerät und seine Funktionen entdecken können; dazu gehört auch eine für Hudl maßgeschneiderte „Getting Started“-App. In Reviews zu dieser App werden vor allem die Anleitungen positiv hervorgehoben, die dem User zeigen, wie Sperren und Filter für die jungen Familienmitglieder eingerichtet werden.

Trusted Reviews urteilte am 28. Oktober 2013: „Für Neueinsteiger unter den Tablet-Usern ist die „Getting Started“-App auf dem Tesco Hudl ein guter Startpunkt, um das Gerät kennenzulernen. Unter den Anleitungs-Apps, denen wir bislang auf Tablets begegnet sind, gehört diese zu den besseren. Alle Aspekte der Hard- und Software werden auf klare Weise erklärt und dank der interaktiven Elemente hat der User die Möglichkeit, einzelne Buttons und Funktionen der auf dem Tablet enthaltenen Apps genauer kennenzulernen, wodurch es wirklich einfach wird, das Hudl zu nutzen.“

Diese App präsentiert die neuesten UX-Muster für Android, mit denen einerseits mithilfe von kurzen und einfach aufzunehmenden Konzeptkarten durch ein reichhaltiges Content-Angebot geblättert werden kann, während spielerische Elemente den Fortschritt des Users anzeigen. Darüber hinaus entwickelte das Entwicklungsteam Widgets, mit denen der Zugang zu anderen Hudl-Angeboten vereinfacht wird. So bietet beispielsweise das Clubcard Widget den Besitzern einer solchen Karte die Möglichkeit auf ihre gesammelten Punkte zuzugreifen, während das Tesco Direct Widget den Hudl-Usern den direkten Zugang zum Online-Shop bietet.

Schließlich übernahm Open Reply Design, Auslieferung, Hosting und das laufende Management des „Over The Air“-Update-Distributionssystems. Dieses System ermöglicht es, über WiFi Systemaktualisierungen an die Geräte auszuliefern, so bald neue Versionen zur Verfügung stehen. Damit hat Tesco die Möglichkeit, das Tesco-spezifische Android-OS kontinuierlich weiterzuentwickeln und Tesco-Kunden immer mit der neuesten Android-Technik zu versorgen. Aufgrund der großen Kundenbasis von Tesco sowie die üblicherweise zur Weihnachtszeit auftretenden Spitzen bei der Aktivierung von neuen Geräten waren sorgfältige Planung und Scoping unerlässlich bei der Durchführung dieses Projekts.

Reply Value

Der Beitrag, den Open Reply als strategischer Entwicklungspartner mit profundem Android-Know-how leistete, war ausschlaggebend für den Erfolg dieses Projekts. Dabei arbeitete das Reply-Team sowohl beim Interface-Design als auch bei der Anpassung der Software eng mit Tesco zusammen.

Open Reply übernahm bei der Entwicklung von Hudl die Rolle des Integrators für viele der Elemente des Software-Designs und der Infrastruktur, auf die das Design des Tablets basiert. Um diese Integration leisten zu können, musste eine international ausgelegte und rund um die Uhr aktive Kommunikation geschaffen werden, so dass alle am Projekt beteiligten Parteien zusammengebracht werden konnten. Dank der Fähigkeit des Reply-Teams, internationale Projekte mit mehreren Partnern zu managen, die in unterschiedlichen Ländern arbeiten, konnte sichergestellt werden, dass das Projekt in relativ kurzer Zeit marktreif abgeschlossen werden konnte, so dass Tesco in der Lage war, Hudl schon weit vor der Weihnachtszeit einzuführen. Gerade dieser Umstand ist für einen Einzelhändler wie Tesco von grundlegender Bedeutung.

Open Reply ist ein Unternehmen der Reply Gruppe, das auf die Entwicklung kreativer und technisch innovativer, mobiler Marken- und Vertriebslösungen spezialisiert ist.

Ob mobiles Web oder native Apps für Smartphones und Tablets, Open Reply entwickelt Lösungen, bei denen die besten Kreativinhalte mit der besten Technologie verschmelzen, so dass eine Kundenansprache geschaffen wird, die für mobile Endgeräte optimiert ist und so das Engagement und die Konversionsrate erhöht.

Reply [MTA, STAR: REY] ist auf die Entwicklung und Einführung von Lösungen auf Basis neuer Kommunikationskanäle und digitaler Medien spezialisiert. Mit seinem Netzwerk aus hochspezialisierten Unternehmen unterstützt Reply die europäischen Branchenführer aus Telekommunikation und Medien, Industrie und Dienstleistung, Banken und Versicherungen sowie öffentliche Verwaltung effektiv bei Geschäftsmodellen, die auf den neuen Technologien wie Big Data, Cloud-Computing, digitale Medien und das Internet der Dinge basieren. Zu den von Reply angebotenen Services gehören: Beratung, Systemintegration und Anwendungsmanagement.

Weitere Informationen unter: www.reply.com