

Jumbo zet big data-tak op

07-05-2014 00:00

Jumbo bouwt aan een organisatieonderdeel dat klantdata gaat monitoren en analyseren. De tak met de naam 7-even heeft als doel de klant persoonlijker te bedienen, vertelt cfo Ton van Veen aan CFO Association.

In zekere zin gaat de supermarktketen daarmee terug naar de tijd waarin een kruidenier al zijn klanten persoonlijk kende, stelt Van Veen. "Alleen dan niet meer zoals vroeger omdat hij maar een beperkte klantenkring had, maar omdat hij de mogelijkheden die de digitalisering biedt ten volle benut."

Big data is volgens hem een tool om het 'onpersoonlijke winkelen tegen te gaan'. "En om klanten meer op maat te bedienen door toegevoegde waarde te leveren."

Bij de inzet van de informatie is de privacy van klanten een belangrijk aspect waarmee Jumbo rekening moet houden. "We waken ervoor om big data in te zetten op manieren die de klant niet wil. 'Big brother is watching you' zal bij Jumbo niet snel voorkomen", stelt Van Veen.

De kassasystemen bijvoorbeeld bieden de supermarktketen veel mogelijkheden om het aankoopgedrag van klanten te analyseren, vertelt de topman. "Op basis van de uitkomsten daarvan kunnen we tests uitvoeren in pilot stores en kijken hoe de klant reageert op veranderingen in het assortiment of de prijsstelling van producten."