

Hunkemöller start met persoonlijke aanbiedingen via app

27-06-2014 00:00

Hunkemöller heeft zijn mobiele app vernieuwd waardoor de lingerieketen onder meer persoonlijke aanbiedingen kan doen. Klanten ontvangen promoties op basis van hun voorkeuren, aankoopgedrag en locatie, aldus CRM-manager Robbert Visser van de lingerieketen.

“De vernieuwde versie van de mobiele app sluit goed aan bij onze CRM-strategie om klanten meer relevantie te bieden met op maat gesneden aanbiedingen”, zegt Visser. Door relevanter te kunnen communiceren via de applicatie verwacht Hunkemöller een hogere app engagement en klanttevredenheid te realiseren.

Op basis van analyses en gebruikerservaringen heeft de retailer daarnaast onder meer het registratieproces vereenvoudigd. Ook zijn de mobiele webshop en het spaarprogramma verder geïntegreerd, wat moet zorgen voor een beter gestroomlijnd winkelproces binnen de app.

Loyaliteitsprogramma's verplaatsen zich steeds vaker naar het mobiele kanaal, concludeert Hunkemöller na onderzoek onder meer dan tienduizend klanten. “Het mobiele kanaal is van groot belang voor een goed bereik onder onze doelgroep van jonge vrouwen”, zegt Visser.

Hunkemöller lanceerde zijn mobiele loyaliteitsprogramma twee jaar geleden. Het programma is inmiddels uitgebouwd met functies als realtime couponing en geofencing. De toevoeging van deze locatiegebaseerde communicatie zorgde dat de app engagement met meer dan vijf keer is verhoogd, aldus de keten.