

Walmart focust met big data sterk op klantkennis

16-09-2014 07:22

Walmart heeft met zijn big data-strategie een forse voorsprong op andere retailers en gebruikt verschillende tools om die positie te handhaven. Oprichter Mark van Rijmenam van big data-kennisplatform BigData-Startups.com schetst in het septembernummer RetailTrends de wijze waarop Walmart aan zijn klantkennis werkt.

Walmart had al in 1987 het grootste privé-satellietcommunicatiesysteem van de Verenigde Staten. Hiermee werden alle regionale vestigingen gekoppeld aan het hoofdkantoor en informatie werd centraal opgeslagen. De keten verzamelt tijdens elk mogelijk klantcontact data. Dagelijks bezoeken 35 miljoen consumenten Walmart, wat zorgt voor meer dan een miljoen transacties per uur. Dat levert per uur alleen al 2,5 miljoen gigabyte aan data op. De retailgigant wil weten 'wat elk product in de markt is, wie iedere persoon ter wereld en ze willen de mogelijkheid hebben om die twee te combineren', aldus ceo global e-commerce Neil Ashe van Walmart. Om data te vergaren richt de keten zich met name op social media en mobile commerce.

Zo heeft de retailer Social Genome ontwikkeld. Dit is een kennisbank met miljoenen relaties vanuit social media, die gecombineerd worden met andere databronnen, zoals informatie uit het CRM-programma, transactiedata en open databronnen. Social Genome biedt Walmart een extra laag van metadata over klanten, hun aankopen en wat hen bezighoudt. Aan de hand van semantische analyses probeert het algoritme deze relaties te interpreteren en relevante aanbiedingen te doen. In de praktijk betekent dit dat Walmart met behulp van Social Genome een persoonlijk aanbod kan doen via het juiste social media-kanaal, zodra een klant een relevant bericht op social media plaatst.

In het jubileumnummer van RetailTrends 9 worden meer slimme tools en mobiele apps van Walmart belicht. Zo is er aandacht voor de scan and go-applicatie, die consumenten in staat stelt hun smartphone te gebruiken als zelfscanner en versneld af te rekenen. Walmart registreert hierdoor wie in zijn winkel aanwezig is, waar ze zich bevinden en wat hun aankoophistorie is.

RetailTrends 9 is samen met EtailTrends 5 verschenen. [Klik hier voor meer voor informatie over een jaarabonnement op elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.](#)