

O'Neill stuwt conversie met persoonlijke zoekmachine

29-12-2014 00:00

Kledingmerk O'Neill gebruikt een zoekmachine die gepersonaliseerde zoekresultaten weergeeft. Sinds het label de technologie gebruikt is het percentage aankopen toegenomen van 2,7 naar 4,4 procent.

De technologie achter de zoekmachine is afkomstig van de Amerikaanse ontwikkelaar Reflektion. De zoekresultaten zijn gepersonaliseerd met de geschiedenis van de shopper op de betreffende website.

De zoekmachine ziet welke producten door hem zijn bekeken en welke aankopen hij heeft gedaan. Deze artikelen worden met een visueel algoritme naast de nieuwe lijn van producten gelegd om zo te bepalen welke artikelen in de smaak kunnen vallen bij de bezoeker van de webwinkel. Deze worden vervolgens getoond aan die bezoeker.

O'Neill gebruikt de technologie een aantal maanden en zag naar eigen zeggen behalve de conversie ook het gebruik van zijn zoekmachine toenemen.