

Moss Bros zet in op hyperpersonalisatie

06-01-2015 09:25

De Britse kledingretailer Moss Bros voegt al zijn klantgegevens samen tot één databundel om shoppers een gepersonaliseerde winkelervaring te bieden. Moss Bros heeft de afgelopen achttien maanden besteed aan het ontwikkelen van een hiervoor geschikt datasysteem.

Tijdens die periode heeft Qubit Digital de retailer bijgestaan in de ontwikkeling van het systeem. Hierin verzamelt de software data van zowel de webwinkel als de stenen vestigingen en voegt deze elke nacht samen. De data wordt geanalyseerd op aankopen maar bekijkt ook de online zoekgeschiedenis. "Hiermee kan bepaald worden wat de kledingvoorkeuren zijn van onze klanten", aldus commercieel directeur Neil Sansom van Moss Bros.

Daarnaast kent Moss Bros nu de winkelpatronen van zijn klanten. Wanneer klanten die een bepaald winkelpatroon hebben van hun patroon afwijken ontvangen zij een e-mail met daarin een aanbieding die hen moet triggeren om alsnog tot aankoop over te gaan. "Door zowel de online- als offline klantgegevens te combineren zijn wij in staat om onze klanten de best mogelijke gepersonaliseerde winkelervaring te bieden", stelt Samson.