

# Wijnvoordeel.nl zet data om in persoonlijk advies

22-01-2015 10:58

Wijnvoordeel.nl wil iedere klant een geautomatiseerd persoonlijk advies geven over wijn die het beste bij hem past. Daarvoor houdt de wijnwebwinkel alle data zoals clicks en views bij in een klantprofiel. Dat laat e-commercespecialist Herbert Weustenenk van partner Pleisty weten op de Webwinkel Vakdagen.

Wijnvoordeel.nl stuurt wekelijks drie nieuwsbrieven naar zo'n vier- tot vijfhonderdduizend klanten. De brief op vrijdag beschikt over persoonlijke aanbiedingen, waarbij volgens Weustenenk geen rekening wordt gehouden met marges of andere commerciële belangen. De persoonlijke aanbiedingen worden opgesteld aan de hand van zelflerende algoritmes, die gebruikmaken van het opgebouwde klantprofiel en de vergelijking met andere klantprofielen. "Dat is een automatisch en dynamisch proces", aldus Weustenenk.

De website van wijnvoordeel.nl was volgens hem tot een jaar geleden voor iedere bezoeker hetzelfde. "We gaan toe van een pagina voor iedereen, naar een pagina voor enkelen, naar één pagina voor iedere bezoeker. Hoe meer we weten van de klant, hoe preciezer de persoonlijke aanbevelingen zijn."

Onderaan de website vindt de terugkerende bezoeker een widget met daarin zijn historie en persoonlijke aanbevelingen. "Die heeft een clickrate van twee procent en dat is enorm hoog voor een footer", aldus de e-commercespecialist.

De productcategorie wijn kent volgens Weustenenk traditioneel veel herhaalaankopen. Met de persoonlijke aanbevelingen wil wijnvoordeel.nl voorkomen dat klanten hun wijn ergens anders goedkoper proberen aan te schaffen. De conversie van de webwinkel ligt sinds het persoonlijke advies zeventien procent hoger, het aantal orders per klant is met 58 procent toegenomen en de gemiddelde orderwaarde schoot met 32 procent omhoog. "Al is dat alleen een vergelijking met klanten die niet van persoonlijke aanbevelingen gebruik hebben gemaakt."

Wijnvoordeel.nl wil zijn e-mailmarketing in de toekomst verder optimaliseren, zegt hij. Zo start de etailer binnenkort met het versturen van mails wanneer winkelmandjes zijn achtergelaten of zelfs wanneer wijnen alleen maar zijn bekeken. Voor de toekomst denkt Wijnvoordeel.nl erover om ook de onderwerpregel en verzendtijd van de nieuwsbrieven te personaliseren.