Omoda start met gepersonaliseerd aanbod

26-01-2015 15:36

Schoenenketen Omoda gaat online klanten binnenkort producten tonen die zijn afgestemd op hun persoonlijke voorkeur. Dat heeft e-commercemanager Gertie Bin donderdag laten weten tijdens de Webwinkel Vakdagen.

De schoenenketen maakt hiervoor gebruik van data uit het loyaliteitsprogramma dat in november werd gelanceerd. Voor die tijd werkte Omoda met een stempelkaart, waarbij klanten een stempel kregen bij elke tien euro die werd besteed. Een volle kaart was goed voor tien euro korting op een aankoop. Dat loyaliteitssysteem werkte goed, aldus Bin.”In 2014 zagen we dat 45 procent van de kaarten vol werd ingeleverd.”

Het werd echter tijd om het systeem te digitaliseren. Klanten die een online aankoop deden, ontvingen namelijk geen spaarpunten en dat past niet bij een omnichannel shopping expierence, aldus Bin. Met XSARUS E-development & Consulting werd een nieuw CRM-programma opgezet dat de digitalisering mogelijk maakte. Voortaan kunnen klanten lid worden van de Omoda Club en hiermee credits verdienen.

Bij het huidige membershipprogramma krijgen ze punten als ze onder meer hun profiel ‘verrijken’, vertelt Bin. Hoe meer data shoppers delen met de schoenenketen, hoe meer credits ze verdienen. Zo kunnen klanten aangeven welk merk favoriet is en wat hun woonsituatie is.

Daarnaast kan een online review over een product worden geplaatst voor extra spaarpunten. “Op die manier helpen klanten elkaar bij het vinden van het juiste product en daalt ons retourpercentage van schoenen die bijvoorbeeld klein uitvallen”, schetst Bin.

Sinds de start van het loyaliteitsprogramma heeft vijftig procent van de klanten volgens haar zijn profiel volledig verrijkt. De data uit de accounts wordt gebruikt om het online aanbod van de schoenenketen te personaliseren. “De volgorde waarin de producten wordt getoond, wordt bijvoorbeeld afgestemd op het klantgedrag”, legt Bin uit. Daarnaast wil de schoenenketen de inhoud van zijn mailings meer gaan segmenteren op basis van de gegevens van Club Omoda.