

Lancôme duikt in personalisatie met online make-up

06-03-2015 00:00

Lancôme laat online shoppers virtueel make-up testen die is afgestemd op hun persoonlijke uiterlijke kenmerken. Consumenten geven bij het eerste gebruik een aantal kenmerken aan, zoals hun gelaatskleur. Wanneer zij vervolgens een product aanklikken op de website van Lancôme zien zij direct een model met dezelfde kenmerken dat het product draagt.

Als klanten het product toevoegen aan hun winkelwagen verschijnt er een nieuwe foto van het model dat naast het al geselecteerde product bijpassende producten draagt. Ook deze artikelen zijn afgestemd op de uiterlijke kenmerken van de klant.

Wanneer de consument een andere variant van de make-up selecteert is dit direct te zien op het virtuele model. Ook hierbij houdt Lancôme rekening met de aangegeven kenmerken van de shopper. Daarnaast kijkt het label ook naar trends in de regio, beschikbaarheid van een product en vooraf bepaalde productcombinaties. Deze combinaties zijn gedaan door stylisten van het beautymerk.

In deze oplossing van RichRelevance staan alle voorkeuren van gebruikers opgeslagen en worden deze realtime bijgewerkt op basis van bekeken en gekochte producten. Daarnaast geeft de oplossing klanten tips wanneer bepaalde producten afgeprijsd of nieuw zijn.