

Qlever vertaalt big data naar aanbiedingen

16-07-2015 14:18

De Nederlandse startup Qlever koppelt alle offline en online klantprofielen tot één ID. Retailers hebben daardoor niet alleen inzicht in hun klanten, maar kunnen ook meteen hun winkel en assortiment ook onder de aandacht brengen van potentiële klanten. "Door het slim matchen van producten van retailers met passende klantprofielen, kunnen zij daadwerkelijk relevante aanbiedingen doen," aldus oprichter Orpheo Bena.

Qlever geeft gebruikers de optie om hun aankopen bij winkels digitaal bij te houden. De nieuwe app heeft ook de mogelijkheid om klantenkaarten op te slaan. De app wil hiermee fysieke aankoopbonnen, klantenpassen en garantiebewijzen overbodig maken.

Om deze functionaliteiten te kunnen gebruiken moet de gebruiker van de app zich registreren bij Qlever. Daarnaast moet ook de winkel of winkelketen zich hebben aangesloten op het systeem.

Om aan te sluiten bij retailers biedt Qlever hen de mogelijkheid om de verkregen data te vertalen naar analyses en direct uitvoerbare acties. De verkregen data wordt realtime inzichtelijk gemaakt via een dashboard. Daarnaast stelt de app klantprofielen op, op basis van gegevens tot drie jaar terug. Vervolgens kunnen retailers deze profielen gebruiken om gepersonaliseerd producten te pushen. Deze aanbiedingen ontvangen gebruikers ook weer in de app.

De applicatie is volgens retailexpert Frank Quix vooral interessant voor partijen die zelf geen digitaal klantenkaartsysteem hebben. "Ik betwijfel of concerns als Albert Heijn en IKEA een start-up als deze toegang geven tot bepaalde klantendata", aldus Quix tegenover NOS. "Zulke informatie houden ze liever voor zichzelf."