

# Truus.nl-oprichter komt met gepersonaliseerd warenhuis

24-07-2015 09:31

De oprichter van de failliete websuper Truus.nl start met een platform dat online consumenten een persoonlijke en relevante winkelervaring moet bieden. Daarvoor worden zijn individuele behoeften, wensen en voorkeuren gevangen in algoritmes, waaruit een [gepersonaliseerd warenhuis](#) ontstaat.

Initiatiefnemer Christian van Someren ziet grote etailers worstelen met personalisering. Geen speler is er volgens hem in geslaagd om persoonlijke relevantie te creëren vanuit zijn assortiment met miljoenen producten. SphereMall moet daar verandering in brengen door het assortiment en de layout van de winkel af te stemmen op iedere consument en ieder moment.

De technologie is zelflerend en ontwikkeld in samenwerking met de Erasmus Universiteit Rotterdam. De focus ligt vooral op context, legt Van Someren uit. "We zijn nu in staat om producten te sorteren en filteren op basis van de werkelijke behoeften en wensen van de klant. Door een gepersonaliseerd warenhuis te bezoeken, hoef je niet langer door een eindeloos en irrelevant assortiment te graven."

Webwinkels worstelen vooral met routing, zegt Van Someren tegenover [Shopper Marketing Update](#). Online shoppers moeten telkens weer terug naar 'de ingang' als ze een product in het winkelmandje hebben geplaatst. "Door gebruik te maken van nieuwe fuzzy technologie hebben wij een meer meer intuïtieve en associërende winkelomgeving ontwikkeld. Die laat zich veel beter vergelijken met het boodschappen doen zoals we gewend zijn."

Het warenhuis moet volgend jaar in de lucht zijn met het aanbod van alle grote etailers, zoals Amazon en bol.com. De Ahold-dochter liet in het zomernummer van RetailTrends nog weten steeds meer slimme algoritmes te krijgen om het gedrag van de klant te voorspellen en hen daarmee een betere winkel te bieden. "Die ontwikkeling is nog maar net begonnen en de mogelijkheden lijken eindeloos", aldus senior customer insights-analyst Yory Wollerich.