

# Zalando laat klanten elkaar inspireren

04-11-2015 08:24

Zalando heeft zijn app voorzien van een aantal nieuwe functionaliteiten om de mogelijkheden van user-generated content te verkennen. De etailer wil zijn klanten daarmee een meer gepersonaliseerde ervaring bieden.

Om klanten beter te inspireren is bijvoorbeeld de functie Jouw Zalando geïntegreerd in de app. Gebruikers vinden hier producten en outfits die zijn gebaseerd op hun zoek- en aankoopgedrag. Daarnaast test de online fashionspeler de mogelijkheid waarbij personal shoppers samengestelde outfits tonen in de app.

Zalando wil daarnaast dat klanten elkaar meer inspireren bij hun aankoopproces. De iOS-app is daarom bij wijze van proef voorzien van een sectie met Instagramfoto's die zijn gedeeld met een speciale hashtags. De foto's zijn gekoppeld aan producten in de webshop en zijn daardoor shoppable. Als de pilot succesvol verloopt, rolt de etailer de functionaliteit verder uit.

De etailer denkt user-generated content (UGC) voor meer interactie met klanten zorgt. Voor de ontwikkeling van zogenoemde UCG-project werkte Zalando met zes consumenten, schrijft productmanager Marcel Daake in een [blog](#). Shoppers gebruiken Instagram graag omdat het persoonlijk is en verschillende manieren toont waarop ze fashionitems kunnen dragen, signaleert hij. "Ze vinden het echter frustrerend dat ze producten niet gelijk vanuit een post kunnen kopen omdat Instagram geen eenvoudige one click buy-ervaring biedt." Instagram laat consumenten vooralsnog alleen producten kopen via advertenties.

Door de getoonde producten via hashtags te koppelen aan items in de webwinkel wil Zalando dat probleem ondervangen. Meer retailers komen met omwegen om klanten te laten shoppen via Instagram. Zo werkt Neiman Marcus-dochter mytheresa.com ook met speciale hashtags en gebruikt Michael Kors een tool die gebruikers links stuurt met kleding in berichten die ze hebben geliked.