

Boni past online aanbod aan op temperatuur

21-12-2015 13:58

Boni heeft zijn webwinkel uitgerust met een zelflerende software die het aanbod afstemt op de weersomstandigheden. De supermarktketen maakt hiervoor gebruik van nieuwe software van Tweakwise, waarmee producten worden getoond waarnaar vraag is.

Zo laat Boni op zijn homepage momenteel producten als kerststol en rollade zien. Wanneer de temperatuur verandert, verschijnen andere producten. Als het bijvoorbeeld kouder wordt, ontstaat er namelijk meer vraag naar producten als ragouts.

Om het juiste assortiment te serveren neemt de software verschillende factoren mee, zoals eerdere aankopen van klanten, seizoensinvloeden van nu en eerder, promotieacties en de weersomstandigheden. Voor de realtime weersinvloeden is er een permanente koppeling gemaakt met de weerdata van MeteoVista, het moederbedrijf van Weeronline. Hiervoor zijn gegevens van tot drie jaar terug ingeladen, zodat de software een basiskennis heeft.

Naast Boni maken fashionretailers als Didi, Superstar en Steps gebruik van dezelfde technologie. Ze kunnen hun eigen set aan meetfactoren selecteren die de online content bepalen. E-commerce managers kunnen zo met behulp van meerdere invalshoeken het online assortiment bepalen, aldus de ontwikkelaar.