

Bol.com mikt op personalisatie: 'Acht miljoen homepages'

22-01-2018 15:13



Bol.com wil iedere websitebezoeker een andere, voor hem relevante versie van zijn homepage laten zien. “Dat is de ultieme situatie waar we naartoe willen”, zegt topman Huub Vermeulen tegenover [RetailTrends](#).

De huidige homepage omschrijft Vermeulen als vrij star. Wel verschijnen meldingen als ‘klanten die dit kochten, kochten ook’, maar dat gaat volgens Vermeulen lang niet ver genoeg. De hele opmaak van de pagina zou gegenereerd kunnen worden uit wat op dat moment voor een klant het meest relevant is, stelt hij. “Dan heb je acht miljoen klanten met acht miljoen verschillende homepages.”

Naast personalisatie, is het bieden van meer inspiratie een speerpunt voor bol.com. Hoe dat precies moet, verschilt per productgroep. Zo werkt een breed team van specialisten momenteel aan een manier om meer inspiratie rond boeken te bieden “De vraag voor dat team is hoe je mensen op weg helpt naar hun volgende boek”, zegt Vermeulen. “Dat is een andere vraag dan een klant helpen een boek te vinden, want dat kan via de zoekfunctie.”

Bol.com wil ook zijn levermogelijkheden verder uitbreiden. “De vraag is daarbij niet of het nog sneller kan, maar meer op maat voor de klant”, aldus de ceo. De etailer wil met name zijn verkooppartners meer van de verscheidenheid aan lastmile-opties laten profiteren.

Op [RetailTrends](#) gaat Vermeulen uitgebreid in op de speerpunten voor bol.com de komende tijd. Ook spreekt hij deze week tijdens de Webwinkel Vakdagen in Utrecht.