

Albert Heijn gaat klanttevredenheid realtime meten

25-01-2018 10:50



Albert Heijn wil in honderden supermarkten de klanttevredenheid realtime in kaart brengen. De supermarktketen doet daarvoor een beroep op de Nederlandse startup TryLikes.

TryLikes begon twee jaar terug al met een pilot in een vestiging van Albert Heijn in Katwijk. Daarbij werd op zestien plekken vragen gesteld over onder meer de mate van service, schapindeling en voorraad. De startup won vervolgens een offertetraject dat door de retailer werd uitgeschreven.

TryLikes levert momenteel al realtime beoordelingssystemen aan retailers als McDonald's, Jumbo, MediaMarkt, IKEA en Intersport. De meetstations stellen telkens één vraag, waarbij klanten kunnen kiezen tussen een duim omhoog of omlaag. Mensen zijn dat volgens medeoprichter Janneke van den Heuvel gewend van Facebook. "Dat maakt deze manier van feedback geven heel laagdrempelig."

De meetstations worden de komende maanden in de eerste filialen van Albert Heijn neergezet, waarna ze gaan rouleren. Elke winkel krijgt drie of vier meetpalen, die zijn voorzien van een set van tien verschillende stellingen. Om de data te kunnen analyseren beschikt de startup over een 'realtime feedbackplayer'. "Als blijkt dat er op vrijdagmiddag veel dislikes zijn over de wachttijd bij een bepaalde kassa, dan kun je als filiaalmanager bijvoorbeeld het rooster aanpassen", aldus Van den Heuvel.

TryLikes heeft de ambitie om het meetsysteem wereldwijd uit te rollen. De startup heeft al een aantal klanten in

Duitsland, Engeland en de Verenigde Staten.