

WE Fashion: 'Personalisatie lukt nog geen enkel modemerken goed'

18-04-2018 08:30



WE Fashion is nog niet zo ver dat het 'gepersonaliseerde etalages' kan aanbieden waarin klanten alleen producten met de grootste conversiekansen zien. "We snappen dat dit uiteindelijk wel de heilige graal is, maar door de complexiteit lukt het nog geen enkel modemerken om dat goed uit te voeren", zegt ceo Joris Aperghis tegen [Adformatie](#).

Het membershipprogramma van WE Fashion telt inmiddels 3,5 miljoen leden, maar is volgens Aperghis 'niet echt uniek'. "We bieden uiteraard voordelen, maar focussen ons liever op de relatie, zodat klanten hun persoonlijke gegevens met ons delen." Daarop inspelen is volgens de ceo niet eenvoudig, omdat een aankoopgeschiedenis in het geval van kleding niet per se verklarend is voor klanten willen. "Mode heeft maar één tot drie aankopen per jaar, maar dat wil niet zeggen dat je nog een keer hetzelfde wil kopen."

WE Fashion gebruikt de input uit het loyaliteitsprogramma voor machine learning, maar Aperghis beschouwt die technologie als 'meer visie dan realiteit'. "Als je net een spijkerbroek hebt gekocht, dan is het interessant om te bedenken wat er bij die broek past en met welke aankomende trends we je kledingkast verder kunnen aanvullen. Dat spel brengt een heel nieuwe dimensie."