

Nelson voorzichtig met personalisatie: 'Oppassen dat je mensen niet in hokjes plaatst'

12-10-2018 15:10



Nelson erkent dat personalisatie ook een negatief effect kan hebben. De zegt marketing- en e-commerce manager Eva Koppers van de schoenenketen tegenover [RetailTrends](#).

De schoenenretailer personaliseert de communicatie naar de klant op basis van gedrag. Koppers geeft toe dat de gepersonaliseerde communicatie consumenten af kan sluiten van een gedeelte van de collectie. "We proberen dat op de website service te bieden door personalisatie, maar je moet ook oppassen dat je mensen niet te veel in hokjes plaatst."

Volgens de marketing en e-commerce manager zijn fysieke winkels net zo belangrijk als de webshop. Klanten komen naar een filiaal voor service en advies. De keten breidt het aantal vestigingen dit jaar en volgend jaar verder uit. Er worden eind dit jaar premiumstores geopend in Enschede en het Utrechtse Hoog Catharijne. Voor volgend jaar staan meerdere opening in de planning, maar het is nog niet bekend waar.

Lees op [RetailTrends](#) meer over de toekomstplannen van Nelson.