

Lush verzamelt zo min mogelijk data

09-07-2019 08:57



Door het opensource kassasysteem van Lush gaat het cosmeticabedrijf ethisch om met zijn klantdata. Ook vanuit ontwikkelaarsperspectief is het gunstig. "Ik merk dat mensen er met meer overtuiging aan werken, omdat ze iets maken dat problemen oplost en door anderen gebruikt kan worden om de wereld beter te maken. In plaats van iets dat alleen bedoeld is om te verkopen", vertelt Jack Constantine, chief digital officer bij Lush.

Het kassasysteem van Lush heeft minimale gegevens van de klant nodig. Het cosmeticabedrijf slaat alleen de contactgegevens van de klant op. Adres en creditcardgegevens worden bijvoorbeeld niet bewaard. Zo krijgen klanten zelf zoveel mogelijk controle over hun gegevens. Het systeem past bij de ambitie van Lush: met zo min mogelijk data klanten toch goed bedienen.

Naast contactgegevens van de klant, verzamelt Lush anonieme analytics over webverkeer en app-prestaties. "Daar moeten we het mee doen", vertelt Constantine. Uiteraard worden klantdata opgeslagen die nodig zijn om onlinebestellingen af te handelen, maar zo min mogelijk. Wil je het complete interview met Jack Constantine lezen? Bekijk dan nu het [zomernummer van RetailTrends](#). Nog geen member? Klik dan [hier](#).