

Hoe Zalando technologie inzet om het retourprobleem aan te pakken

04-11-2019 13:30



Een derde van de vele retourzendingen bij Zalando is maatgerelateerd. Dat moet anders, vindt Zalando's senior product manager en data specialist Humberto Corona. Hij is spreker tijdens het RetailTrends-event What's Next in Retail Tech deze week. We vroegen Corona hoe hij technologie inzet om dit probleem aan te pakken.

Waar houd je je als data specialist bij Zalando zoal mee bezig?

"Samen met mijn team zorg ik ervoor dat klanten het juiste kledingadvies krijgen op het juiste moment. Daarvoor werk ik nauw samen met de machine learning engineers, ontwerpers, business developers en de productanalist. Ik identificeer klantproblemen en probeer deze samen met mijn team op te lossen. Daarnaast ontwikkelen we bij Zalando een gepersonaliseerde klantervaring met behulp van kunstmatige intelligentie."

Waarom is technologie zo belangrijk voor Zalando?

"Consumenten van over de hele wereld verwachten vandaag de dag een gepersonaliseerde klantervaring. Dankzij kunstmatige intelligentie kunnen we een grootschalig experiment opzetten dat klanten daarin voorziet. Zo zijn er op dit moment volop ontwikkelingen op het gebied van 'size & fit'. Bij Zalando willen we onze klanten

in één keer verzekeren van de juiste maat. Uit onze data blijkt dat hieraan behoefte is; een derde van de retourneringen is maatgerelateerd. Mijn collega's en ik gebruiken [machine learning](#) om erachter te komen welke producten in onze webshop afwijken van de standaardmaten. Dit kunnen we communiceren op onze website, waardoor de kans groter wordt dat een klant meteen de juiste maat bestelt."

Hoe heeft technologie de mode-industrie in jouw ogen veranderd?

"De mode-industrie is continu in ontwikkeling en verandert altijd. Met elke seizoenswisseling vernieuwen we onze garderobe en stemmen we deze af op nieuwe trends, die komen en gaan. Technologische innovaties versnellen deze verandering. Zo hebben smartphones de manier waarop mensen kleding kopen of style-inspiratie opdoen wezenlijk veranderd. Niche-stijlen verspreiden zich sneller over een wereldwijd publiek en consumenten verwachten méér van de modeplatformen waarvan ze gebruikmaken. Zowel in de winkelstraat als online."

"Technologieën zoals kunstmatige intelligentie openen een schatkist aan mogelijkheden. Met AI kunnen klanten hypergepersonaliseerde aanbevelingen ontvangen, die relevanter zijn dan ooit. Leren navigeren door deze snel veranderende omgeving is een uitdaging, maar wel een leuke. We moeten bij Zalando niet alleen de technologische innovaties bijbenen, maar ook hieraan bijdragen en leren hoe technologie gebruikt kan worden om elk aspect van onze klantervaring opnieuw uit te vinden."

Hoe pakt Zalando dit aan?

"Net als de industrie waarin we opereren, moeten ook wij continu veranderen. Dat kan alleen met de juiste mindset, waarbij je die verandering omarmt en je skills blijft ontwikkelen. Alleen zo kun je voldoen aan de nieuwe eisen van de consument. Technologie vormt een enorm belangrijk onderdeel van Zalando's identiteit. We moedigen elke retailer aan om de KI-mindset te begrijpen en toe te passen en blijven zelf nauw betrokken bij de AI-community zodat we deze technologie op grote schaal kunnen toepassen."

Humberto Corona is een van de sprekers op het evenement What's Next in Retail Tech van RetailTrends. Hier vertelt hij aan de hand van concrete, praktische voorbeelden hoe Zalando met behulp van kunstmatige intelligentie een gepersonaliseerde klantervaring creëert. Andere sprekers zijn onder meer Albert Heijn, Picnic en Ace & Tate. Er zijn nog maar een paar kaarten beschikbaar. Wil je er nog bij zijn, ga dan snel naar [de website van het event](#).

Lieke van der Made