

# Otto zet in op personalisatie

24-02-2020 14:17



Otto is een samenwerking aangegaan met het artificial intelligenceplatform Insider. De twee partijen gaan zich focussen op het personaliseren van het aanbod van Otto, om zo een 'echt relevante beleving' neer te zetten.

"Personalisatie is een belangrijk aspect voor de groei van Otto en cruciaal in het leveren van een optimale shoppingexperience", vertelt Linda Mels, team manager performance marketing & crm bij Otto.

Het platform verenigt klantdata van allerlei kanalen. Door AI en voorspellende technologieën te gebruiken kunnen klanten van Otto effectief gesegmenteerd en getarget worden in het aankoopproces. Het platform van Insider wordt onder meer al gebruikt voor merken als Uniqlo, Hunkemöller en Decathlon.