

Hunkemöller zet verder in op personalisatie

05-03-2020 11:00



Hunkemöller breidt de samenwerking met technologiebedrijf Insider uit. Het lingeriemerk wil klanten tijdens het online shoppen meer persoonlijke ervaringen bieden.

Een proef in Duitsland met artificial intelligence is volgens Hunkemöller een succes. Het geïnvesteerde bedrag is al dertien keer terugverdiend, wordt gemeld. Daarom is besloten de toepassingen ook in negen andere landen in te voeren, waaronder Nederland.

Het gaat onder meer om technologie waarmee onder klanten een gevoel van urgentie wordt gecreëerd. Dat gebeurt door inzicht te geven in de populariteit van een product. Hunkemöller laat ook de klantbeoordelingen zien, toont hoeveel exemplaren ervan op voorraad zijn en hoeveel mensen het artikel op dat moment bekijken.

Het platform van Insider wordt wereldwijd door ruim zeshonderd merken gebruikt, waaronder Uniqlo, Philips, Decathlon, IKEA, MediaMarkt en Carrefour.