Shopping Award nominatie voor Sligro: hoe Building Blocks de customer journey personaliseert.

15-05-2022 23:50

Sligro voert een assortiment van bijna 80 duizend producten. Hoe stem dat af op de individuele foodprofessional? Op basis van Artificial Intelligence sluit Building Blocks het assortiment met 1:1 personalisatie aan op individuele klantbehoeften. Die relevantie werkt; maar liefst 5% meer conversie, 11% meer winkelbezoek én een nominatie voor de Shopping Award in de categorie B2B.

Prijs is niet voldoende onderscheidend voor Sligro, daarom wordt relevantie steeds belangrijker.
Elke Sligro-klant heeft een klantenkaart die een schat aan data vertegenwoordigt. Deze data geeft inzicht in de unieke behoeften van iedere klant, waar Sligro met promoties op in kan spelen. Building Blocks heeft gezorgd dat elke klant een echt gepersonaliseerd aanbod krijgt. Unieke algoritmen zorgen voor een volledig geautomatiseerde en schaalbare aanpak met 1:1 personalisatie.

30.6 miljoen gepersonaliseerde aanbiedingen
De kracht van deze oplossing schuilt in de omnichannel aanpak. De winkel, folder en e-mail versterken elkaar zodat de conversie van elk kanaal groter wordt. De folder bevat voor zoveel mogelijk klanten relevante promoties. De meest relevante aanbiedingen ontvangt de klant ook nog per e-mail. Vervolgens ontvangt iedere

individuele klant nog eens zes strikt persoonlijke aanbiedingen. Met een klantenbestand van 300.000 foodprofessionals en een assortiment van 78.000 producten komt dat neer op 30.6 miljoen gepersonaliseerde aanbiedingen per jaar. Een complexe operatie, die inmiddels geautomatiseerd verloopt en bovendien steeds verfijnder wordt door een zelflerend algoritme.

Snelle resultaten
Ook voor een organisatie die voornamelijk van offline communicatiemiddelen gebruik maakt is een datagedreven aanpak waardevol; online maakt Sligro inmiddels meer impact en dat vertaalt zich naar extra omzet in de winkel. De conversie van promoties is met 5% gestegen en het winkelbezoek met 11%. Allemaal omdat de doelgroep zich tijdens de hele customer journey begrepen voelt omdat Sligro als gids fungeert.

Erwin van Oosten, Head of Client Succes bij Building Blocks: "Sligro is van oorsprong een vrij traditioneel bedrijf. Ze stonden er voor open om Consumer AI te gebruiken om de klant centraal te kunnen zetten. Ondanks dat dit voor hun vrij nieuwe technologie is, is deze mindset en de achterliggende technologie echt geland in de organisatie en wordt het ook gedragen. Dat is natuurlijk super gaaf om te zien."

Gezamenlijke missie
Het succes van de samenwerking is ook te danken aan een gezamenlijke drijfveer. De missie van Sligro is om de professional in food écht verder te brengen terwijl Building Blocks ernaar streeft om een Consumer First wereld te creëren. Koos Schepens, Marketing Automation Manager bij Sligro, onderschrijft de match: "De samenwerking is erg prettig omdat we ons beiden echt op de consument richten. We zijn een goede match omdat zowel Building Blocks als Sligro pragmatisch en ambitieus zijn."

De toekomst
De sterke start is nog maar het begin. Building Blocks blijft doorwerken om nog meer waarde uit datamodellen te halen, zodat relevante promoties de loyaliteit van de doelgroep vergroten. Zo groeien Sligro klanten uit tot Sligro fans.