

## Op weg naar échte personalized commerce!

Synopsis Intershop Executive Masterclass

13 juni 2017

Op 13 juni 2017 organiseerden Intershop en SphereMall, Synaptic business partner van Intershop, gezamenlijk de masterclass 'How to achieve true personalized commerce' in RAAF, een hotspot in Rotterdam. De kracht van personalisatie werd uitgelegd en in een real-life case zichtbaar gemaakt voor iedereen. Het riep de vraag op wat nou echt personalisatie zou moeten zijn. Maar ook wat beslist niet. De deelnemers kregen volop 'food for thoughts' om over na te praten tijdens de gezellige borrel met heerlijke bites na afloop. De ontwikkelingen op het terrein van personalisatie zijn pas net begonnen. Na afloop van deze masterclass was iedereen bijgespijkerd over het wat, waar en hoe.

Het event had een inhoudelijk gevarieerd programma met interessante sprekers en boeiende onderwerpen. Het programma ging van de academische theorie, naar de oplossing, naar de implementatie in de praktijk bij Jumbo Supermarkten. Om u een beeld te geven van de belangrijkste inzichten, stelden wij iedere spreker na afloop één essentiële vraag:

**Prof. dr. Bas Donkers, Erasmus School of Economics**

**Wat is de online challenge voor de hedendaagse consument en koper? Welke problemen komt hij tegen, waar gaat het heen en is dat wel wenselijk?**

*“De klant is koning, maar waar is dan zijn personeel? Online klanten hebben hulp nodig. Door het snel groeiende assortiment kunnen consumenten hun keuze niet meer zo makkelijk maken zoals ze dat gewend waren. Ze worden afgeleid door allerlei opties, artikelen en boodschappen die ze online zien. Het leidt tot de nodige frustratie en het zorgt er ook voor dat het langer duurt voordat ze iets kopen. Wat dus ook leidt tot een lagere conversie. Nieuwe technologieën zoals kunstmatige intelligentie en slimme algoritmes kunnen helpen bij een vorm van personalisatie die veel verder gaat dan wat nu toe mogelijk was. Door te zorgen voor relevantie en variatie in de getoonde producten, helpen we de consument pas écht bij zijn keuze.”*



**Christian van Someren, MSc. Quantitative Marketing, SphereMall**

**Wat moet je doen als je assortiment de pan uitgroeit? Waarom zijn de huidige tools niet toereikend? Hoe zou het wel moeten? Wat is daarvoor nodig?**

*“Consumenten kunnen niet kiezen of komen uit bij de verkeerde producten. Door de groei van een assortiment worden producten in rap tempo slechter vindbaar en de conversie verminderd. De huidige oplossingen en manieren van personalisatie zoals segmentatie, name-dropping (de naam van een consument noemen) en eye-candy (zoals ander kleurgebruik) helpen op lange termijn simpelweg niet om*



*producten beter vindbaar te maken. Niet omdat ze technisch niet in orde zijn, maar omdat ze tekort schieten in de benaderingswijze. Het zijn allemaal slechts fragmenten van de oplossing en zijn vooral niet toekomstbestendig. Dat bracht ons op het idee om het over een andere boeg te gooien. Echte personalisatie is voor ons de sleutel. SphereMall doet dat door niet het systeem maar juist door de klant centraal te zetten. Daaromheen sorteren we de producten. Producten die aansluiten bij iemands individuele voorkeuren. Niet omdat anderen met soortgelijke interesses dat kochten. Hiervoor hebben wij onze eigen technologie ontwikkeld, want een dergelijk systeem en denkwijze bestond niet. Technologie die een soepelere klantreis en een hogere conversie realiseert. We definiëren eerst per product opnieuw alle eigenschappen en relaties. We voegen semantiek (betekenis) toe. Dan implementeren we een eenvoudig IT-landschap met slimme filters die onthouden wie de klant is. Dat is de basis van waaruit we relevante productsuggesties kunnen tonen. De consument kan veel makkelijker zijn klantreis doorlopen en ervaart de subtiele ondersteuning van de onderliggende technologie omdat die hen sneller helpt naar de producten die ze ook daadwerkelijk willen hebben. En dáár worden consumenten écht gelukkig van. Deze oplossing kan binnen enkele weken geïmplementeerd worden en schaal bovendien makkelijk mee met jouw on- en offline succes. Omdat Intershop Commerce Suite een open integratiestructuur kent, was het voor SphereMall dan ook makkelijk om onze technologie te implementeren bij Jumbo Supermarkten. De vraag is dus niet of je moet beginnen met het personaliseren, maar op welke wijze en wanneer!”*

**Sander Hoefnagels, Head of Format & Local Marketing & Media at Jumbo Supermarkten**

**Welke ambitie heeft Jumbo Supermarkten? Welke uitdagingen komt Jumbo Supermarkten tegen in de praktijk?**

*“Alles wat we bij Jumbo Supermarkten doen, draait om de klant. Jumbo is dé challenger in de Nederlandse markt. We groeien en maken fans door klantverwachtingen te overtreffen. Dat kan omdat we nauwgezet de mediaconsumptie van onze klanten volgen. Op dit moment hebben we een goedlopende online business met onze pick-up points en zijn we aan het versnellen met het leveren van boodschappen aan huis. Relevante customer insights zijn cruciaal: zo weten we bijvoorbeeld dat klanten steeds dezelfde producten kopen. Tegelijkertijd bestaat de perceptie dat het online bestellen van boodschappen tijdrovend is. Eén van onze nieuwe doelen is om het online winkelen gemakkelijk en toegankelijk te maken voor iedereen. Moderne tools vanuit marketing helpen ons op weg om dat te bereiken maar zijn niet toereikend. We geloven in de benadering vanuit de klant. Dat is waarom we zo goed aansluiten op de visie van SphereMall. Daarom hebben we gekozen om met hen samen te werken voor ons nieuwste winkelconcept: Foodmarkt City by Jumbo. In de eerste versie van de Foodmarkt City-app die we met SphereMall maakten, kun je het verschil al zien: deze app wil jou als consument echt leren kennen en start daarom met een aantal vragen over wie je bent. Alle ingevulde, persoonlijke informatie is zichtbaar, toegankelijk en makkelijk aan te passen. Op basis van deze informatie past de app bijvoorbeeld de volgorde van de keukens aan, evenals welke combideals aan jou worden aangeboden. Het is heel subtiel, maar dit zijn de eerste, fundamentele stappen om tot echte personalisatie op grote schaal te komen. De komende maanden publiceren we nieuwe releases met meer functionaliteiten en meer producten. Wat maakt Jumbo dan tot zo’n groot succes? We geven je graag onze drie*



voornaamste tips mee: 1. Volg altijd je eigen richting. 2. Durf de regels van het spel te veranderen. 3. Persoonlijke relevantie speelt een sleutelrol in de creatie. Ga voor personalized commerce met SphereMall!”

**Roelof Swiers, Countrymanager Benelux, Intershop Nederland**

**Waarom is SphereMall Synaptic partner van Intershop? Hoe verbindt het alles met nieuwe technologie?**

*“De unieke personalisatie-software van SphereMall vult Intershop's e-commerce platform perfect aan. Het stelt B2C- en B2B-gebruikers in staat om meer rendement uit hun investering in onze technologie te halen en dat stimuleren wij graag. SphereMall is Synaptic Partner van Intershop en integreert makkelijk binnen onze open integratiestructuur.”*



**De bezoekers waardeerden de masterclass bijzonder goed en enthousiast. Wat waren hun reacties?**



- “Goede academische inzichten in een taal die gemakkelijk te begrijpen is.”
- “Deze masterclass is de aanzet om de omschrijving van personalisatie te herdefiniëren.”
- “Een warme, persoonlijke ontmoeting met het team van Intershop en SphereMall.”
- “Een geweldige hightech update over het belang van het loslaten van de hiërarchie in data.”
- “We zijn nu op de hoogte van wat ware personalisatie is en betekent voor onze klanten.”
- “Interessante inzichten en cijfers van Jumbo en hun mening over personalized commerce.”

### Foto's en video

Bekijk de foto's en de trailer op <http://www.intershop.com/events> om een indruk te krijgen van de sfeer tijdens deze unieke masterclass.

### Meer informatie?

Bent u benieuwd naar meer en heeft u behoefte aan een goed gesprek? Neem dan contact met ons op: [info@spheremall.com](mailto:info@spheremall.com) of bel +31 (0)6 27 16 65 23.