

PERFECT MATCH

Konventionelle Personalisierung resultiert daraus, dass die Shopper direkt oder indirekt sagen, was sie möchten, und es dann bekommen. Durch neue KI-gesteuerte Technologien erhalten sie nun hyperpersonalisierte Angebote, die auf tieferen und unbewussten Aspekten ihrer Persönlichkeit basieren.

PudelsKern.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Personalisierung ist ein Megatrend im Shopper-Marketing. Für 74 % der Konsumenten ist das Wichtigste beim Einkaufen, dass die Produkte ihren Wünschen und Bedürfnissen genau entsprechen. (QVC, 2017).
- Auf hochwirksamen Algorithmen basierende, hyperpersonalisierte Angebote, wie die Playlists von Spotify, haben die Verbraucher an die Idee gewöhnt, dass Marken Dinge über ihren Geschmack und ihre Persönlichkeit erkennen können, die sie selbst noch nicht erkannt haben.
- Verbraucher fühlen sich immer wohler mit der Idee, persönliche Daten und Details im Austausch gegen personalisierte Angebote preiszugeben (Accenture, 2018).

WARUM ER RELEVANT IST

- Perfect Match ermöglicht es dem Verbraucher neue Angebote zu finden, die auf tieferen und unbewussten Aspekten seiner Persönlichkeit basieren. Dadurch kann er ganz neue Facetten an sich selbst entdecken.
- Neue Technologien wie Gesichts- und Gefühlserkennung, DNA-Analysen und Brainwave-Reader in Kombination mit einer KI liefern neue Einsichten in das verborgene Selbst der Shopper.
- Marken und Handel nutzen immer öfter mehrere Personalisierungskanäle, um ein Ökosystem aus hyperindividuellen Empfehlungen zu schaffen, damit ihre Kunden Produkte und Erlebnisse bekommen, die sie wirklich wollen.