

# Hoe America Today de klant centraal zet met slimme data

**Een interview met Martin Bless, Product Owner E-commerce bij America Today & CoolCat**

Tijdens deze coronaperiode zien veel retailers een verschuiving van offline naar online shoppen. Dat leidt tot veel creatieve en vooral slimme oplossingen in de sector. Zo ook bij America Today en hun recent aangekochte merk CoolCat. Met een goed ingericht IT-landschap verzamelt de kledinggigant slimme data uit verschillende hoeken. De inzichten die ze daarmee verkrijgen, zet het bedrijf nu handig in voor een veelzijdige aanpak die moet leiden tot de ideale klantbeleving. We spreken erover met Martin Bless, die zich als Product Owner E-commerce van America Today en CoolCat bezighoudt met de techniek achter de e-commerce.

## **Succesvolle samenwerking tussen steen en online**

Zoals voor veel retailers was 2020 ook voor America Today een roerig jaar. Door de tijdelijke sluiting van de fysieke winkels, kwam de onverdeelde aandacht op het online kanaal te liggen. En dat bracht nieuwe kansen met zich mee, realiseerde Martin zich. “We merken dat consumenten die normaal in de winkels komen, nu online hun aankoop doen. We hebben dit jaar echt een flinke online groei doorgemaakt. Daardoor denken we nu ook na over de kansen en mogelijkheden voor volgend jaar.” En een van de belangrijkste speerpunten van de nieuwe strategie? “De samenwerking tussen



steen en online, waarbij de een de ander ondersteunt. Door handig op elkaar in te spelen, kunnen offline en online elkaar helpen, legt Martin uit. “Heeft een winkel te veel voorraad van een product? Dan kunnen we dat straks vanuit die winkel laten thuisbezorgen. En heeft een winkel een product juist niet op voorraad? Dan vangt de webwinkel het op.” Zo worden de fysieke en online winkel steeds meer één voor de klant.

## **Slimme data als basist**

Een belangrijke basis voor de toekomstplannen van America Today komt voort uit slimme data, vertelt Martin. “We zijn dit jaar een team gestart dat zich volledig richt op data. Alles staat bij ons goed gekoppeld, dus we krijgen overal data vandaan. Van het kassasysteem op de winkelvloer tot het aantal bezoekers in de webshop. Zo maken we inzichtelijk waar we kunnen verbeteren.”



“Vertrouwen is alles met online bestellen en daar helpt de adrescheck heel erg bij”

**Martin Bless, Product Owner E-commerce bij America Today & CoolCat**

Niet alleen voor meer conversie, maar vooral om de beste klantbeleving te bereiken, benadrukt hij. “Met data kunnen we de winkels en de online shop vlekkeloos in elkaar laten overlopen. Zo zorgen we ervoor dat het voor de klant ook vloeiend aanvoelt.” Om die reden is America Today dit jaar overgestapt op een samenwerking met PostNL. “Met de adrescheck kunnen we onze klanten direct laten zien dat hun adres herkend is. Ik denk dat dat tegenwoordig echt onmisbaar is om te hebben. Vertrouwen is alles

met online bestellen en daar helpt de adrescheck heel erg bij.” Ook aan de achterkant scheelt het een hoop werk, merkt Martin op. “Het is ook onmisbaar voor ons als webshop. We hebben nu veel minder foute adressen in ons systeem, waardoor we minder hoeven te corrigeren. En we zijn nu aan het kijken of we dat ook voor internationale adressen kunnen inzetten, met de adrescheck internationaal van PostNL.”



### Internationale ambities

Midden in deze hectische tijden verlegt America Today zijn ambities ook tot over de grens. “We hebben locaties in Nederland, België en Luxemburg,” somt Martin op. “En sinds kort hebben we één winkel in Duitsland. Vanuit daar onderzoeken we hoe we Duitsland het beste kunnen aanpakken. Waar openen we winkels? Of moeten we ons juist op online richten?” De eerste stap bestaat uit het winnen van het vertrouwen van de lokale consumenten, weet Martin. “In Nederland is het vertrouwen in online shoppen best hoog. In België en Duitsland merk je dat mensen toch een slag om de arm houden met online shoppen. Daarom willen we geen vertaalde kopie maken van onze Nederlandse shop, maar stappen maken om de buitenlandse klant anders te benaderen.”

### Ook succesvol ondernemen met slimme data?

En de sleutel tot het verzamelen van waardevolle data? Samenwerken met de juiste partners. Ook daarom kiest America Today voor PostNL. Als grootste logistieke dienstverlener in de Benelux komt PostNL in elke straat en kent hun klanten dan ook als geen ander. Deze kennis leidt tot praktische inzichten die ondernemers helpen groeien. Niet alleen door het controleren en bevestigen van adressen, maar ook door heldere klantprofielen op te stellen. Daarmee leer je dus je huidige én je nieuwe klanten kennen. Zo combineert PostNL het vertrouwde gezicht op straat met data waar je als ondernemer op kan bouwen.

### Meer weten over adrescheck?

Neem dan contact op met PostNL op 088 - 868 37 47  
of via [datasolutions@postnl.nl](mailto:datasolutions@postnl.nl).