

Stephan Karner

MON STYLE: CHATBOT ALS PERSÖNLICHER STYLIST

Shopping 2.1: Fashion-Know-how trifft auf Deep Learning. Mit der Erschaffung von Sophie hat sich das Wiener Start-up Mon Style auf die Fahne geschrieben, die Modeindustrie zu revolutionieren. Online-Shopping soll zum persönlichen Erlebnis werden. In einem interaktiven Chatsystem lernt die Fashion-Assistentin den User Schritt für Schritt kennen, um basierend auf dessen individuellen Geschmack und Stil das perfekte Kleidungsstück zu finden. Das Besondere an der Sache: Sophie ist eine Maschine. Eine intelligente Maschine.

Welche Frau träumt nicht von einer persönlichen Stylistin? Im Internet einzukaufen, bedeutet heutzutage schließlich vor allem eines: Reizüberflutung par excellence. Schon bei der simplen Suche nach einem Kleid sieht Frau vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr. Dieser Orientierungslosigkeit wollen Mariel Noortman und Stephan Karner, die beiden Gründer von „Mon Style“, nun ein Ende setzen.

Bienvenue, I'm Sophie Style Bot

„I am your very own personal stylist and here to help you with future shopping dilemmas.“ Mit diesen Worten begrüßt die virtuelle Mode-Assistentin den User. Dieser kann entweder direkt auf der Plattform www.monstyle.io mit Sophie interagieren oder aber den Bot via Facebook-Messenger verwenden. Seit November ist außer-

dem die App für iOS sowie Android verfügbar. Als ersten Schritt erstellt Sophie anhand eines kurzen Style-Quiz ein individuelles Stilprofil. Gemeinsam mit Angaben zu Wohnort und Alter dienen die Daten des sogenannten Onboarding-Prozesses bereits als Basis für die ersten Produktempfehlungen und Shopping-Tipps. Im weiteren Gesprächsverlauf geht Sophie tiefer ins Detail, fragt nach Shoppingverhalten, etwaigen Schrankhütern sowie diversen Lifestyle-Gewohnheiten.

Wem nicht so sehr nach Plaudern zumute ist, der kann via Search-Funktion auch direkt nach Kleidungsstücken suchen oder allerhand anderen inspirierenden Content erhalten: von Street-Styles über Styling-Tricks bis hin zu Beauty-Tipps, stets personalisiert und abgestimmt auf das jeweilige Profil des Nutzers.

Foto: Natall_Mis / thinkstockphotos.de

DER AUTOR



Stephan Karner ist Geschäftsführer und COO der Mon Style GmbH. Er ist verantwortlich für Innovation, Investoren und Förderungen sowie das „Day-to-day“-Management.

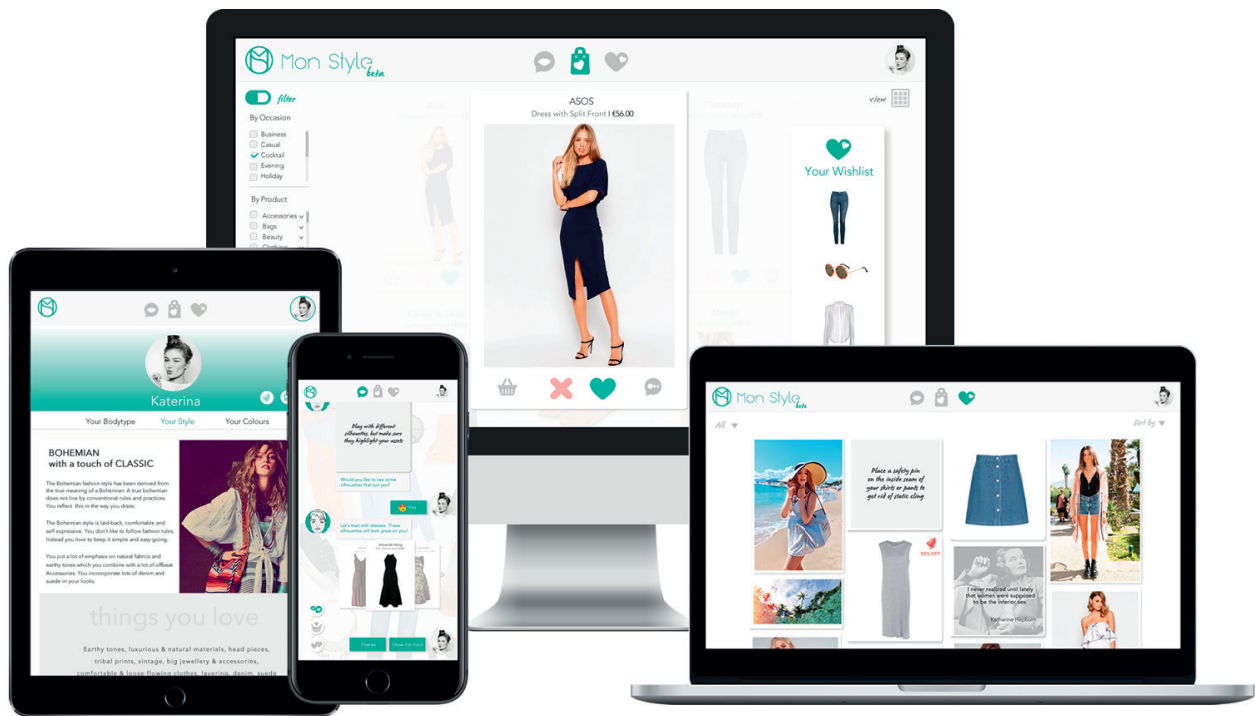


Abb.1: Der User von monstyle.io kann auf sämtlichen Digital Devices mit Sophie chatten und sich rund um die Uhr in Modefragen beraten lassen.

Die Technologie dahinter – Fashion-Know-how trifft auf Deep-Learning-Algorithmen

Um dem Benutzer möglichst individuelle Beratung und passende Empfehlungen geben zu können, entwickelte das zehnköpfige Team eine innovative Deep-Learning- und Visual-Recognition-gestützte Style Engine. Aber auch an der Integration von Konzepten im Bereich NLP/NLU (Natural Language Processing und Natural Language Understanding) und Intent Recognition wurde gearbeitet – in erster Linie, um die Genauigkeit des Recommender-Systems weiter zu verbessern. In der Modeindustrie stellt die Kombination solcher Technologien in jedem Fall eine Innovation dar.

Die Formel ist dabei so simpel wie ergiebig: Je mehr Sophie über den User lernt, desto exakter fallen ihre Modevorschläge aus. Die virtuelle Fashion-Assistentin durchsucht Mil-

lionen von Produkten aus derzeit über 350 Shops und findet zum Schluss genau das Kleid, das nicht nur dem individuellen Geschmack entspricht und ins Budget passt, sondern eben auch Figur und Hauttyp schmeichelt. Gefällt nicht? Kein Problem – auch diese Information wird im System abgespeichert und hilft Sophie zukünftig, ihre Empfehlungen noch zu verbessern.

Ist das vorgeschlagene Kleidungsstück hingegen auf Anhieb ein Volltreffer, hat die Userin die Möglichkeit, es auf die Wunschliste zu setzen oder es via Messenger-Funktion mit Freunden zu teilen. Entscheidet sie sich für den Kauf, wird sie mit nur einem Klick zum Partnershop weitergeleitet.

Mon Style – wohin geht der Weg?

Auf der BETA-Plattform hat der Bot im Zeitraum von April bis September 2017 bereits weit über 1 Million

Nachrichten an rund 90.000 User geschickt. Nach erfolgreichem „proof-of-concept“ und dem damit verbundenen Fine-Tuning wird Mon Style nun international ausgerollt, erweitert um einige zusätzliche Features, wie etwa die Messenger-Funktion oder Sale Notifications.

Das übergeordnete Ziel von Mon Style ist es, Modestil zu quantifizieren und Usern dadurch ein persönliches und einzigartiges Online-Shopping-Erlebnis zu ermöglichen. Vorerst soll der Fokus auf dem B2C-Segment (Business-to-Client) liegen. Zu einem späteren Zeitpunkt möchte das Start-up sein Produkt aber auch im B2B (Business-to-Business) anbieten und den On-Demand-Shopping-Service außerdem auch auf Männer erweitern. ¶