Personalization là quá trình điều chỉnh các sản phẩm, dịch vụ hoặc trải nghiệm để phù hợp với nhu cầu, sở thích và hành vi của từng cá nhân. Thay vì áp dụng một phương pháp chung cho tất cả, Personalization cho phép doanh nghiệp tạo ra các trải nghiệm riêng biệt cho từng khách hàng, từ đó tăng cường sự tương tác, hài lòng và lòng trung thành của khách hàng.

Personalization thường dựa trên việc thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng, bao gồm thông tin về hành vi mua sắm, lịch sử duyệt web, sở thích và các yếu tố nhân khẩu học. Ngoài ra, thông qua việc sử dụng các công nghệ như học máy (machine learning) và trí tuệ nhân tạo (AI), doanh nghiệp có thể đưa ra các đề xuất sản phẩm/dịch vụ hoặc nội dung được tối ưu hóa cho từng cá nhân.

VD: tính cá nhân hóa trong ứng dụng Facebook.

Mỗi tài khoản FB đều có thông tin khác nhau. Mỗi người sử dụng có những sở thích khác nhau, có thể follow những thứ người dùng muốn, và càng sử dụng, thì FB thu thập được nhiều dữ liệu về hành vi, tìm kiếm, mức độ quan tâm của người dùng từ đó khi sử dụng app, người dùng sẽ liên tục thấy được những tin tức, những thứ người dùng quan tâm tại thời điểm đó. Thế giới ngày càng phát triển, tin tức được cập nhật liên tục, nên tính cá nhân hóa của FB càng ngày càng thu hút thêm nhiều người dùng, và cũng giữ chân người dùng ngày càng nhiều