



Hoe data en AI Retailers kunnen helpen



KONINKLIJKE
INRETAIL



1. Omzet voorspellingen

- ✓ Koppeling aan planningen
- ✓ De Cashflow (behoefte) inschatten
- ✓ Algemene prognoses uit bronnen





2. Productaanvraag optimaliseren

- ✓ Te verwachten product verkopen
- ✓ De branche marktontwikkelingen
- ✓ De input van experts etc.



KONINKLIJKE
INRETAIL



3. Veranderingen signaleren

- ✓ Trends interpreteren
- ✓ Omgevingsfactoren meenemen
- ✓ Trendbreuken waarnemen





Price

Place

Product

Prom

4. Persoonlijke aanbevelingen

- ✓ Relevant maken voor klant
- ✓ Gewenst aanbod (onbewust)
- ✓ Gelijkgestemden zien en clusteren





5. Analyse van de aankopen

- ✓ Samenhang van de aankopen
- ✓ Veranderingspatronen zien
- ✓ Complementaire merken
herkennen en aan elkaar koppelen



6. Anticiperen op trends

- ✓ Veranderingen in voorkeuren ontdekken
- ✓ Afwijkingen in koopgedrag zien
- ✓ Mutatie in omzetontwikkeling verklaren





7. Klantgedrag begrijpen

- ✓ Waarom specifiek gedrag (persoon/groep)
- ✓ Voorkeuren, motivatie en mentaliteit
- ✓ Wat, hoe en wanneer acties plannen





8. Klantervaring verbeteren

- ✓ Testen en volgen allerlei interacties
- ✓ On-offline tracking en tracing (AFG proof)
- ✓ Net Promotor Score uitvragen en analyseren



9. Doelgroep focus

- ✓ Gemeenschappelijke relevantie aanspreken
- ✓ Afwijkingen op gemiddeld gedrag ontdekken
- ✓ Culturele, geografische, demografische, sociale en economische segmentatie zien





10. Personaliseren kortingsbonnen

- ✓ Koppeling aankoophistorie aan mailadres
- ✓ Juiste balans momentum en hoogte korting (winstmaximalisatie versus omzet klant)
- ✓ Groepsgewijs/ individueel testen van effecten

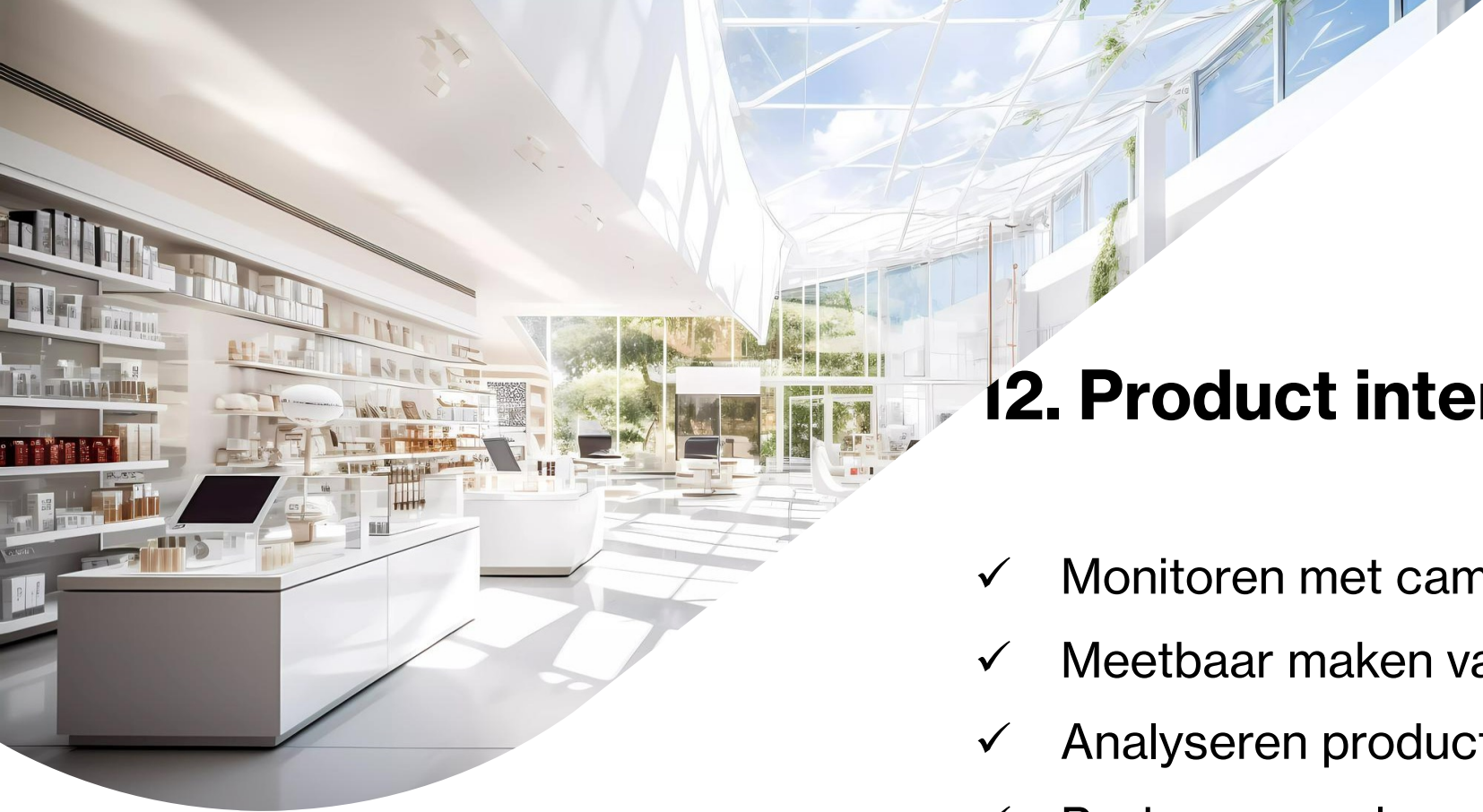




11. Juiste voorraad

- ✓ Niet perfect maar zo optimaal als kan
- ✓ Behoefte voor speciale momenten inschatten
- ✓ Voorraad op de ideale plek(ken) positioneren
- ✓ RFI chips en tags voor snelle voorraadopname





12. Product interacties

- ✓ Monitoren met camera's, sensoren, RFID en tags
- ✓ Meetbaar maken van views of aanrakingen
- ✓ Analyseren product aandacht versus aankopen
- ✓ Paskamer analyse; welke artikelen werden gepast en wat zeggen die combinaties over de pasvorm, merken, presentatie op de rekken en verkopen
- ✓ Welke artikelen komen retour, wat zegt dat

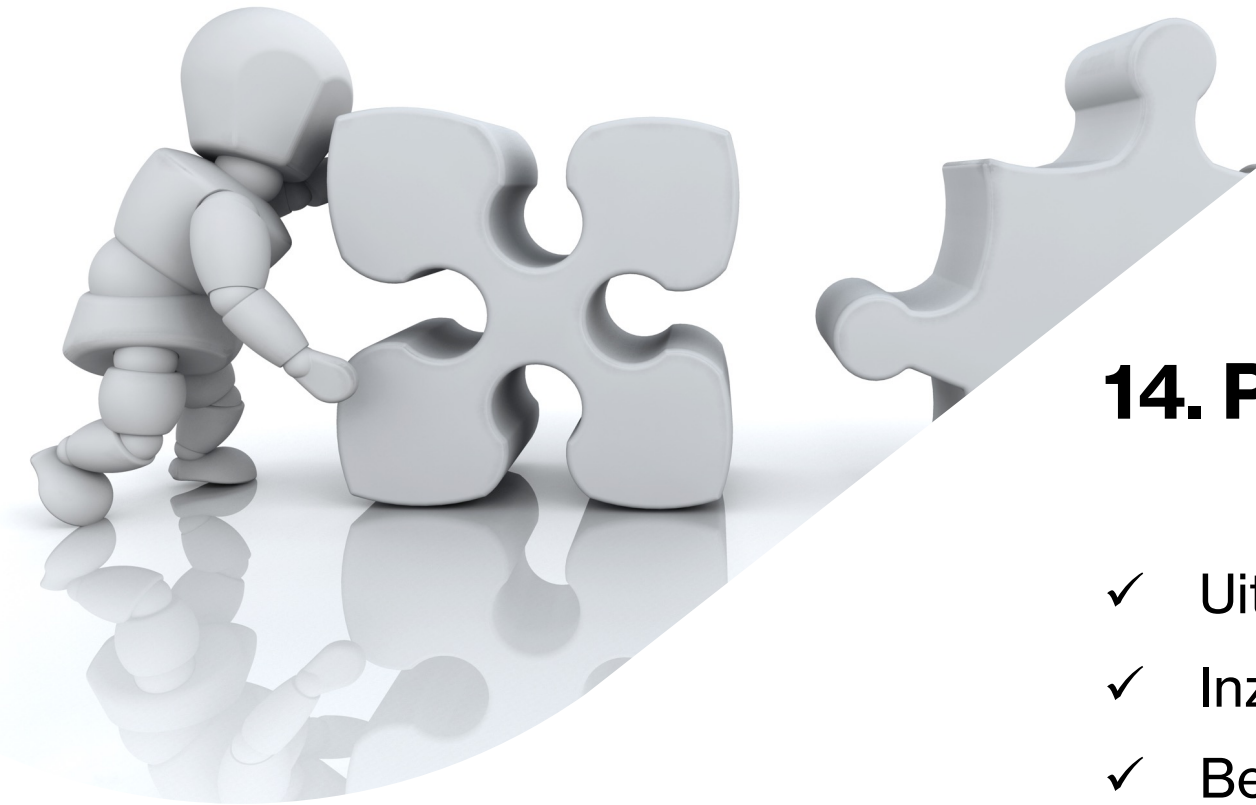




13. Marktpotentie berekening

- ✓ Groei; vergelijking nieuwe markt met oude
- ✓ Koppeling; gekochte data bestanden
- ✓ Inschatting; aankoop bereidheid doelgroepen





14. Partner promoties

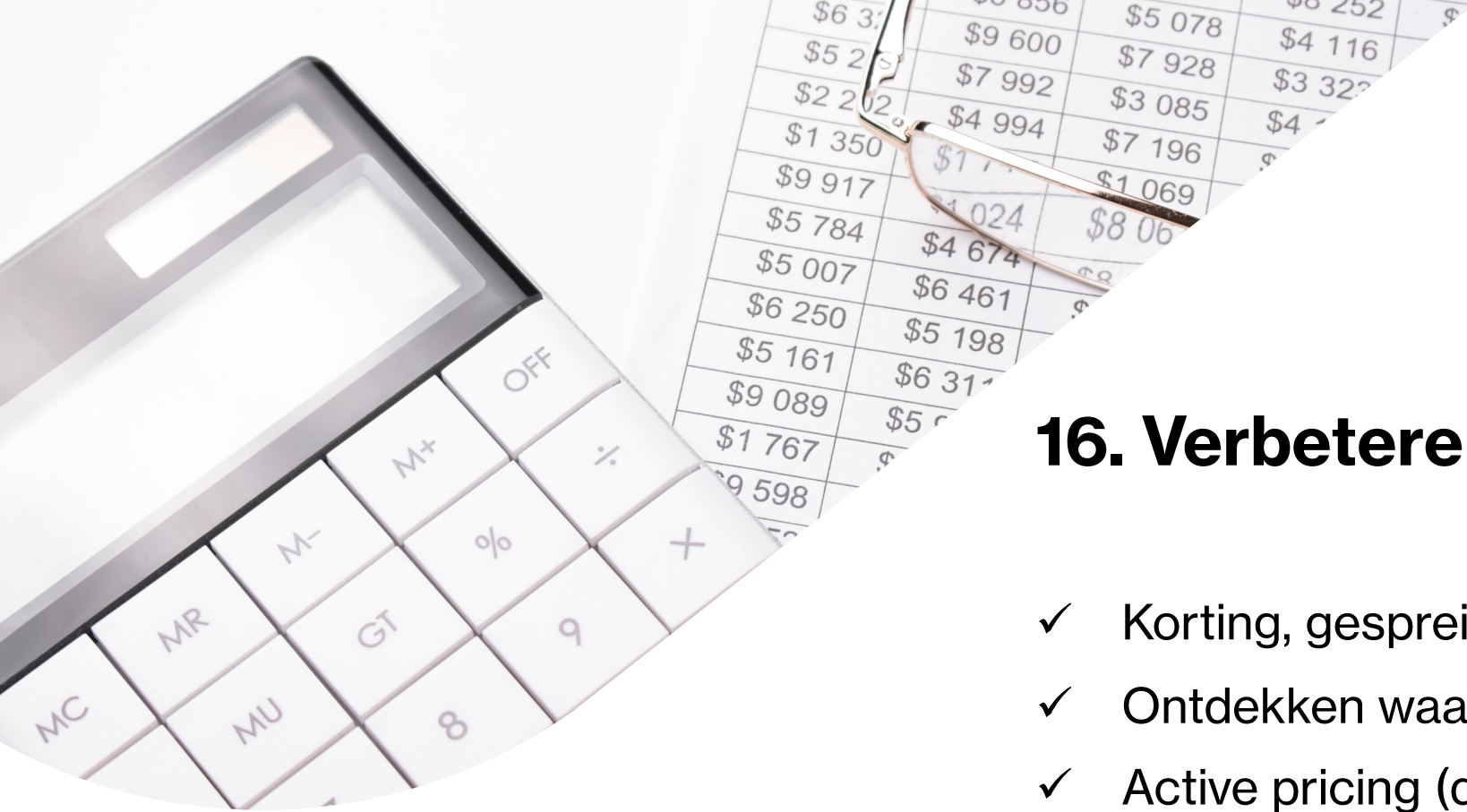
- ✓ Uitwisseling transactie data (AFG proof)
- ✓ Inzichten in voorraadmutaties (data)
- ✓ Bespreken van klant motivatie en gedrag
- ✓ Gezamenlijke acties analyseren



15. Verbeteren Loyaliteitsprogramma

- ✓ Toegang uitruilen tegen voordelen
- ✓ Verbinden en terugkomen belonen
- ✓ Leren kennen en betrokkenheid verhogen

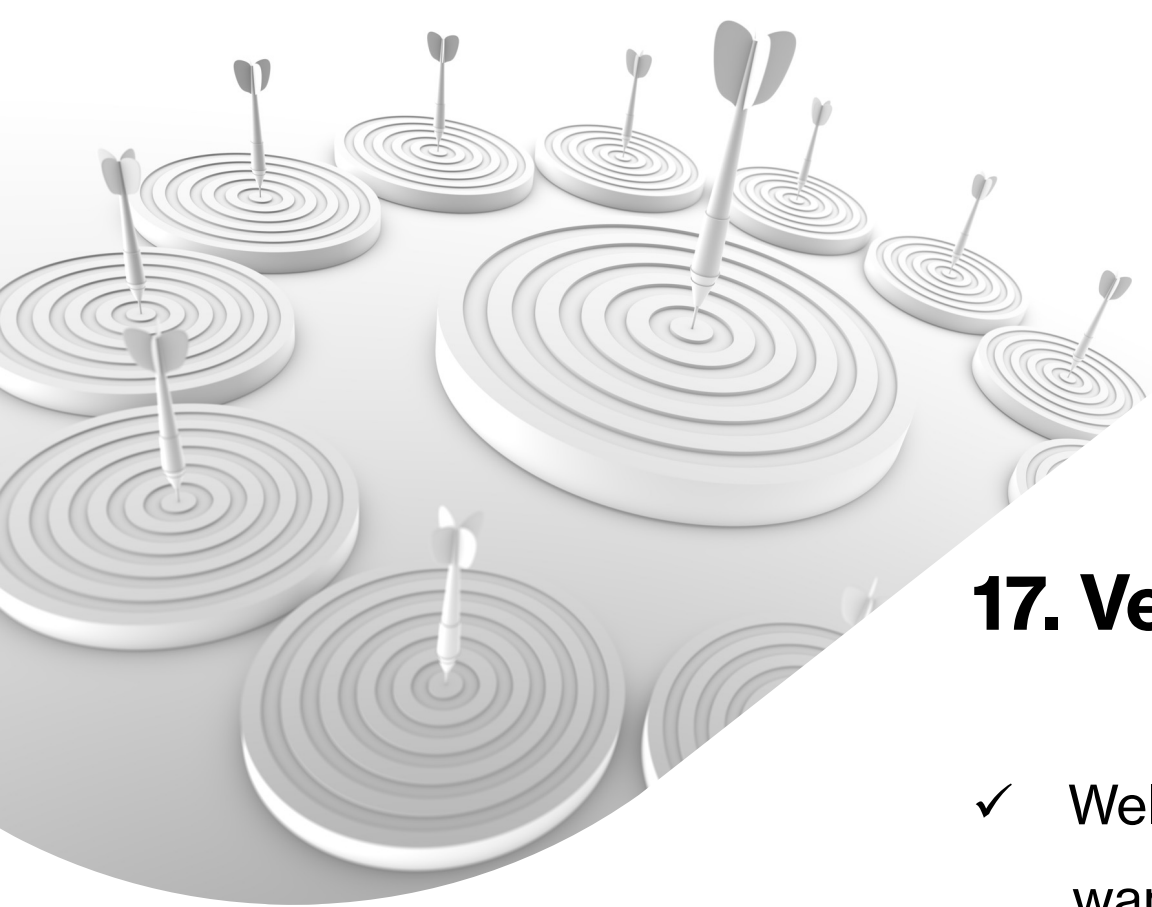




16. Verbeteren aankoopprijs opties

- ✓ Korting, gespreid betalen en/of garanties
- ✓ Ontdekken waar de prijsgevoeligheid zit
- ✓ Active pricing (digitaal prijskaartje of op het schap)
- ✓ Aanbetaling, uitverkoop, acties of criteria
- ✓ Betaalmiddel voorkeuren analyse





17. Verbeteren targeting

- ✓ Welke marketingboodschap werkt voor wie, wanneer en hoe goed
- ✓ Na testen aanpassen voor vervolg- of herhaalacties
- ✓ Motivatie, gedrag en fricties kennen





18. Personaliseren winkelbeleving

- ✓ Inzet van App's op smartphones, interacties meten en voordelen bieden, Bots op de website
- ✓ Toegang tot specifieke informatie bieden via mobiel en interactieve screens of zuilen (members)
- ✓ Medewerkers met een bedrijfs App met voordelen voor de klant, relevanter contact. (data advies)





19. Optimaliseren winkelbezetting

- ✓ Inzichten in bezoekers bewegingen
- ✓ Analyses routing; pad, dagen en tijden
- ✓ Inzicht; aantal passanten, geslacht, emotie
- ✓ Advies voor beste positie medewerker





20. Diefstalpreventie

- ✓ Camera en sensoren voor observatie
- ✓ Software stuurt signaal voor interventie
- ✓ Robot kan gestuurd worden voor alarm
- ✓ Prijsfraude; etiket info + camera + gewicht meting





21. Tools & Expertise

- ✓ ChatGPT of Microsoft BING
- ✓ Aanvullingen op bestaande ICT structuur
- ✓ Gebruik diverse specifieke Tools in licentie
- ✓ Inhuren AI-experts op verschillende gebieden
- ✓ Inzet studenten en experts

Waar kan je aan de slag als je verder wil met AI?

- ✓ Koop het boek “Handboek AI strategie’ op de website AI.NL
- ✓ Maak gebruik van de AI experts van de Universiteit Amsterdam of Hogescholen
- ✓ Schrijf teksten met Jasper.ai
- ✓ Maak AI afbeeldingen met nightcafe
- ✓ Wil je Video’s maken gebruik dan Synthesia
- ✓ Afbeeldingen uit teksten maken met DALL-E
- ✓ Creatieve afbeeldingen en video’s met de tool Runway
- RESLEEVE.AI voor creatief ontwerpen
- Logo en huisstijl maken met Looka
- De software Chatbot voor implementatie Bots
- Notuleren van vergaderingen met Semply AI
- Wil je de concurrentie volgen gebruik Browse AI
- Samen de straat ontwerpen Urbanist AI
- Maak zelf podcast met Podcastle
- Voorraadbeheer met WAIR.AI prognoses
- Maken van AI Planningen met Bessy.nl
- Personeelsplanningen met Clickup.com App of die van Usemotion.com
- Vraag je software partner wat die kan betekenen!





INRETAIL

Maakt ondernemen makkelijker

Harry Bijl, INretail
April 2024