

Eelco Hos

Eelco Hos is retailconsultant en programma- en projectmanager bij Retail-Innovation.nl xx



Waar is mijn Artificial Intelligence?

Als je zo groot bent als Jumbo of Albert Heijn, dan kun je een leger datawetenschappers en AI experts naar binnen fietsen. Je creëert een mooie werkplek in Silicon Veghel of de AH Technology Community en gaat vol gas ontwikkelen met die hap. Dat klinkt geweldig en daar ontstaan vast en zeker mooie Artificial Intelligence (AI) oplossingen.

AI, ofwel kunstmatige intelligentie, is één van de buzz words in retail. Je krijgt het idee dat je formule praktisch failliet is als je geen AI hebt. Maar wat is het eigenlijk? En hoe kun je de voordelen van AI benutten zonder miljoenen te investeren? Zonder dat je goed weet wat het écht doet?

Iedere retailer heeft onmetelijk veel data beschikbaar. Het vertalen van data naar de beste beslissingen is uitdagend. En dat is precies wat AI voor je doet. AI simuleert hoe mensen de wereld waarnemen en erop reageren. Op basis hiervan neemt het beslissingen of geeft het adviezen.

Een goed voorbeeld is hiervan is Spotify. Die maakt persoonlijke afspeellijsten gebaseerd op muziek die je eerder hebt geluisterd. Gecombineerd met trends, luistergedrag van miljoenen anderen en duizenden andere datapunten.

AI-systemen hebben één heel groot voordeel, ze zijn in staat om te leren. Dit doen ze door het effect van vorige acties te analyseren en te verbeteren. Zonder tussenkomst van een mens. AI kan een machine mensachtige vaardigheden geven, zoals redeneren, leren, plannen en creativiteit. Door de rekencapaciteit van computers kunnen ze een haast oneindige hoeveelheid scenario's doorrekenen. Scenario's waar je als mens vaak niet eens aan hebt gedacht.

Dit is effectief voor het vertalen van data naar de best mogelijke beslissingen, die steeds een beetje beter worden. De data kunnen daarnaast worden verrijkt met waarnemingen uit de omgeving door sensoren en camera's. Zo krijgt de computer extra 'zintuigen' om ons nog beter te kunnen helpen.

Voor minder grote retailers is het uitdagend

om deze AI-ontwikkelingen bij te benen. Een aantal ervaren datawetenschappers vinden en kunnen betalen is één ding. Daarnaast moet je ze een goede omgeving bieden waarin ze elkaar uitdagen en zichzelf kunnen blijven ontwikkelen.

Een alternatief is een bureau met experts zoeken om met elkaar toepasbare oplossingen te ontwikkelen. Je kunt gericht problemen oplossen en je formule verder stroomlijnen met deze gave technologie. Dit maakt AI al beter bereikbaar, hoewel nog steeds kostbaar omdat je samen het wiel opnieuw aan het uitvinden bent.

Gelukkig zijn er steeds meer bedrijven die kant-en-klare AI-oplossingen voor retailers bouwen. Er zijn heel veel coole tools die met behulp van AI praktische uitdagingen binnen je bedrijf zeer effectief kunnen oplossen. Denk bijvoorbeeld aan categoriemanagement, fraudepreventie, prijsmanagement, demand forecasting, persoonlijke aanbiedingen... De lijst is eindeloos lang.