ZELFSCANNING

Die knul met dat ene blikje goedkoop bier. Díe moet je even controleren

Zelfscanning is allang een gewoonte. Maar: problemen genoeg nog. Hoe controleer je dat klanten alles afrekenen, zonder dat je die klant irriteert of in verlegenheid brengt? En dat is maar één van de haken en ogen.

Door: **Gé Lommen** Foto's: **archief FoodPersonality**

Zelfscanning. Fischer is er redelijk thuis in, Hos heeft er dagelijks mee te maken. Hij kent de geschiedenis uit zijn hoofd: AH begon er in Nederland als eerste mee, in 1988. Toen nog een rariteit, maar inmiddels hebben alle AH's allang zelfscanning, en de andere formules ook.

Fischer: "Overal waar zelfscanning ingevoerd wordt, stijgt daarna het gebruik ervan. Je hebt wel wat gebieden waar huishoudens redelijk in het 'zwart geld' zitten en daar zit te klant wat minder op zelfscanning te wachten."

Tech in de super

Sinds FoodPersonality van afgelopen april: 'tech in de super'. Een rubriek? Soort van. Misschien moeten we het 'een terugkerend interview' noemen.
Eelco Hos, van zijn eigen bedrijf Retail Innovation, en Bart Fischer, van zijn eigen bedrijf 7BFT, dienen bij deze rubriek als aanspreekpunt, uitlegger en/of richtingwijzer bij een kwestie die met technologie in de supermarkt van doen heeft.
Eelco Hos en Bart Fischer hebben beiden jarenlang voor AH gewerkt, veelal samen, op het snijvlak van formule, operatie, winkelvoorziening en projecten waarbij AH een nieuwe technologie uittestte. Sinds enkele jaren hebben zij dus ieder hun eigen bedrijf, waarbij zij formules of levensmiddelenfabrikanten adviseren, doorgaans op het gebied van innovatie en technologie.

Wat is het populairste, met een scanpistool of scan & go?
Fischer: "Dat hangt van de grootte van de boodschappentrip af. Een scanpistool is stukken efficiënter bij de grote trip en een scan- &go-paal werkt efficiënter bij weinig boodschappen. Met je pistool scannen houdt in dat je je artikelen tijdens de boodschappentrip meteen in je tas kunt stoppen. Bij scannen bij de scanpaal aan het eind van de boodschappenrondje ben je eigenlijk een keer extra je boodschappen aan het pakken. Je kiest als klant voor zelfscanning omdat je efficiënt boodschappen wilt doen. Maar toch: onder de negen artikelen blijken klanten vaker voor scan en go te kiezen, dus met de self-check-out waarbij je zelf moet 'bliepen'. Kennelijk voorziet het in een behoefte, maar dat twee keer pakken blijft best vreemd."

Waarom zou je aan zelfscanning doen, als je zo nu en dan wel eens leest dat de tijdwinst niet of nauwelijks bestaat…
Fischer: "Dat is niet waar. Nou, misschien in uitzonderingsgevallen? Het punt is vooral: je hebt het gevoel dat je meer controle hebt over de tijd die nodig is voor je boodschappen doen. Als jij op een zaterdag boodschappen doet en het maakt niet uit of je nu om half zes of kwart voor zes weer thuis bent, zegt het niet zo veel. Maar als je een paar artikelen koopt in een AH To Go of een Jumbo City op een station en je moet een trein of een bus halen, en je weet: in de rij van de kassa's met caissières kan altijd een ouder iemand voor je staan die er erg lang over doet om een pinpas te vinden of noem maar op, dan wil je dat voorkomen. Je wilt 'problemen vóór jou in die kassarij' uitsluiten. Je hebt het gevoel dat je meer vat op je tijd hebt, en je haalt daardoor wél die trein of bus."

Maar; telkens als met name Albert Heijn met een zelfscaninitiatief komt – denk ook aan die onbemande AH, eerst op het hoofdkantoor in Zaandam en daarna die container bij Schiphol – klinkt het in de media dat AH eigenlijk van z'n caissières af wil… Algemene en vooral linksgeoriënteerde media vooral. Een blad als dit is daar wat genuanceerder in. Maar van de andere kant, elke directeur, elke manager en elke ondernemer vindt 'de loonkosten' te hoog. En ik heb ook nog steeds niet begrepen wat AH in dat 'toekomstboek' precies bedoelt met 'er meer zijn voor de klant'…

Bart Fischer (l.) en Eelco Hos, hier in een 'lab' van Microsoft, waar Microsoft allerlei technologische toepassingen voor winkels onderzoekt.

Hos: "Oké, je hebt een punt. Maar: er zit een dijk van een keerzijde aan. En daar ga jij nu aan voorbij. Straks is het september en dan zijn we allemaal gevaccineerd en dan is de horeca weer tot laat in de avond open. Moet je eens kijken wat er voor ketens als AH en Jumbo dan gebeurt: geen jonge mensen meer te krijgen! Vooral in de grote steden: iedere student van 20 tot 25 jaar duikt weer de horeca in voor een bijbaantje. Ik weet uit ervaring: een enorm probleem voor supermarkten. Zelfscanning is een enorme opluchting voor supermarkten: blij met elke zelfscankassa, omdat je in bepaalde perioden echt niet weet waar je je medewerkers vandaan moet halen."
Fischer: "Ja, helemaal met Eelco eens! Waarom is er zo veel robotisering in Japan? Omdat de samenleving enorm vergrijsd is. En dat hebben wij in Nederland ook, maar dat gaan we echt krijgen op een schaal zoals Japan dat heeft. Robotisering en automatisering zijn in de media vaak manieren om mensen werkeloos te maken, maar voor heel banen zijn geen mensen meer te krijgen."

Even eerlijk gezegd: ik heb erg lang gewacht met zelfscan, omdat ik gewoonweg elke caissière haar werk gun.
Fischer: "Maar vind je dan ook dat een caissière ook een leuke baan heeft? Urenlang 'bliep, bliep, bliep…'?"

Oké. Maar: als ik zie – ik heb een Plus en een AH in het winkelcentrum van het dorp waar ik woon – hoe die jonge meiden dan weer naar die tabakscounter schieten, dan weer hun PostNL-gedoe moeten uitvoeren en dan weer terug naar 'het begeleiden van zelfscanklanten', dat slaat nergens op. Het biedt hun – ik vind ze allemaal even vaardig en klantvriendelijk, hoor, petje af! – een hoop stress. Ze lopen altijd achter de feiten aan! Lopen? Rennen!
Hos: "Ja, heel begrijpelijk; ik zie het al voor me, de zichtlijnen zijn tegengesteld aan elkaar. Of ze staan met hun rug naar jou als jij bij die counter staat of een postpakket wilt versturen, of ze staan met hun rug naar het zogeheten 'zelfscankassapark'. Dat is een ontwerpfout van heb ik jou daar, en het is gewoon zo ontstaan. De combinatie van de servicebalie met zelfscan was ook helemaal niet bedoeld daarvoor."

Waar was dat dán voor bedoeld?
Hos: "Voor 'de randen van de dag'. De ochtenduurtjes, de avonduurtjes, weinig klanten maar nog minder beschikbaar personeel achter de kassa. Dan maar een voorziening waarbij de klant zelf afrekent door te scannen. Dat was het oorspronkelijk idee. 1988, verruimde winkelopeningstijden had je toen nog niet, dat kwam pas in 1996."

Fischer: "Even terug naar die situatie: dat toezicht is een probleem. Omdat individuele medewerkers aan hun takenpakket een individuele draai geven. Dat komt overal voor. Ik heb snijmachines geïntroduceerd waarvan je de hoogte kunt afstellen. Afhankelijk van hoe groot je bent. Wat bleek? Niemand die dat deed! Geldt ook voor 'medewerker kassa': doe vooral dit tot vóór tien uur 's ochtends, en doe dan vooral dát na tien uur 's ochtends… Werkte niet! Ze blijven veel te lang in hun rol van vóór tien uur 's ochtends. Hun direct leidinggevende had het ook niet altijd door."

Oké, de verhouding 'toezicht' bij zelfscan versus andere taken zou beter kunnen. Maar wat ik al helemaal niet snap: dat controleren van klanten. Wat een eng gedoe…
Fischer en Hos in koor: "Overdrijf niet!"

Oké, n = 1 in dit geval, maar ik ken iemand in de straat waar ik woon, die niet meer naar de AH durft, omdat ze drie keer is 'gepakt'. Haar man was een 'diehard'-AH-koper, keukenprins en koper van de meest bijzondere AH-artikelen. Maar ze gaan naar de Plus! Want zij is bang om wéér als 'crimineel figuur' te worden 'geprofileerd'.
Fischer: "Eelco, wat is het percentage grijze derving? Dat weet jij…"
Hos: "0,5 tot 1,0%."

Heren, 'grijze derving'?
Hos: "Alle telverschillen tussen je voorraadstroom en je stroom verkochte artikelen. Dus: alle artikelen die niet afgerekend zijn. Dus van diefstal tot per ongeluk niet gescand bij zelfscanning."

Een deel gaat dus de deur uit via zelfscan, 'niet afgerekend'?
Hos: "Ja, maar hoeveel daarvan, dat is onbekend. Niettemin, 0,5 of 1% van je omzet, dat is voor een supermarkt best zorgwekkend."

En hoe 'controleren we' dat?
Hos: "Met camera's of met adequate algoritmes. Een echte oplossing, waarbij je zou kunnen zeggen: voor alles en iedereen acceptabel, die is er niet. Nóg niet. De standaard is nu '1 op 10 bij zelfscan controleren', steekproefsgewijs. Maar dat is maar een botte vuistregel. Je kunt dat intelligenter oplossen. Verschillende softwareleveranciers werken ook aan betere oplossingen."

Laten we eerst 's beginnen met die camera's. En dan smijt ik 'Amazon Go' dit gesprek in… En die container-AH op Schiphol.
Fischer: "Werkt perfect. Elk hoekje van zo'n

Linksboven: traditionele kassa's, zelfscan en 'scan & go', in de Albert Heijn van franchiser Hans Geveling in het Gelderse Huissen.
Rechtsboven: zelfscanners bij Coop in Culemborg; Coop claimde met de introductie ervan (in 2016) over de snelste zelfscanners van het land te beschikken.
Linksonder: 'scan zelf & pin' bij de vorige maand geopende Spar Monarch, een Spar City (met shop-in-shop van The Tosti Club) in Den Haag.
Rechtsonder: de '100% zelfscan- en pin-supermarkt' die AH in 2015 opende aan de Weteringschans in Amsterdam.

winkel kan in beeld komen. De schappen zijn sensoren van gewicht. De retailer kent het bankrekeningnummer van de klant, want de klant heeft daarin toegestemd. Proof of concept, proof of tech. Zonde dat AH ermee gestopt is."
Hos: "Bart, die eerste Amazon Go heeft Jeff Bezos 60 miljoen gekost. Hij kan het betalen. Nou ja, Amazon dan."
Fischer: "Aanvankelijk is technologie altijd peperduur en naarmate de tijd verstrijkt, wordt dat goedkoper, ook al doordat die technologie op een grotere schaal wordt toegepast. Maar goed, er was natuurlijk een kwestie: zo'n winkel legt ook medewerkers vast op filmbeelden. En dat ligt in Nederland zwaar op de maag… privacykwestie. Je mag in Nederland eigenlijk alleen beelden opnemen omwille van de veiligheid, niet om andere redenen. Ik zal de laatste zijn die privacy onbelangrijk vind, maar het is toch gek dat als beelden helpen om winkelprocessen te versnellen, het dan weer niet mag. De VS? Enorm vrijheidslievend land, toch? Daar mag Amazon dat wel. En over China en camerabeelden zullen we het maar niet hebben."
Hos: "Ook in Europa wordt het al toegestaan. In Portugal werkt Continente ermee. Dus die deur staat wellicht Europees op een kier. Je zou iets kunnen bedenken van 'camera aan als de klant er is, camera uit als de medewerker er is'. Dus: alleen bijvullen als de winkel gesloten is voor de klant. Maar dat is er nog niet: in zo'n kleine winkel is de voorraad er zó doorheen!"

En naast camera's noemden jullie algoritmes als oplossing.
Hos: "Ja. Je moet data verzamelen. Er zijn telverschillen. En er zijn aankooppatronen. En soms zijn aankooppatronen raar."
Fischer: "Iemand die met zelfscan heeft gewerkt, die drie kwartier in een supermarkt is geweest, en die alleen een blikje bier heeft afgerekend. En dan nog het allergoedkoopste bier dat er is. Dat bedoel je toch, Eelco?"
Hos: "Ja. Die data verzamel je, dat ga je analyseren. En dan kom je op patronen die je uit die scanpistolen kunt lezen en je gaat dat in meer winkels doen en over een langere tijd – want data krijg je elk moment. En daar rolt dan een klant uit met dat gedrag zoals Bart 'm omschrijft. En die moet je controleren. Dus: een van de meiden bij de zelfscan en de counter moet een 'bliepje' krijgen omdat er iemand met een afwijkend aankoopgedrag het scanpistool heeft teruggehangen. Rare boodschappentrips, en die zet je om in algoritmes, en die geven dat signaal."

Dan zijn we er toch?
Hos: "Nee. Want dat bliepje hoort die meid, maar die meid is net bezig om een hele rij klanten voor het PostNL-punt weg te werken. Die wil die klanten zo goed en snel mogelijk van dienst zijn. En die drukt dat signaal weg. Heel begrijpelijk, je kunt haar niks verwijten. Maar dit is wel een verkeerd proces, dat die lekkage van 0,5 tot 1% in stand houdt. Dat moet echt anders."
Fischer: "Ik was een keer in een Plus. We gingen schaatsen in die buurt en ik wilde Chocomel halen voor iedereen, in die Plus. Schap leeg… maar een medewerker hielp me, hij ging het achter in het magazijn halen. Ik was zo verbouwereerd door wat hij voor mij deed, dat ik vergat te scannen. Sta ik daar bij die zelfscankassa met de armen vol Chocomel…"

Ja! Je bent vergeten iets te scannen en je wordt zogezegd betrapt als dief… Vreselijk, toch?
Fischer: "Nou, op wie moet je nu kwaad zijn? Op de retailer die alleen maar wil dat voor elk artikel ook echt afgerekend wordt? Nee, je moet kwaad zijn op jezelf, als klant. Want je hebt een foutje gemaakt! Ik was ook niet kwaad op die Plus."

Lees verder op blz. 21

Je kunt je afvragen of de meeste klanten zo integer denken. Als je kunt kiezen tussen jezelf de schuld geven of iets anders de schuld geven? Niks is zo fijn als een schuld bij iemand anders neerleggen, vrees ik. Dan spreek ik niet voor mezelf, hoor. Maar blijft het niet hoe dan ook een sta-in-de-weg, dit soort voorvallen?

Hos en Fischer: “Nee, helemaal niet!”

Want?

Fischer: “Want de populariteit van zelfscan is gewoon onomstreden. Eelco, dat weet jij. Hoe hoog loopt het percentage zelfscanklanten op als er in een supermarkt eenmaal zelfscan is ingevoerd?”

Hos: “50 tot 60% gemiddeld is heel gebruikelijk. En er is ook een onderzoek geweest, een paar jaar terug. De vraag aan klanten was: ‘bent u bereid om van formule te wisselen als er in uw omgeving een supermarkt komt die zelfscanning aanbiedt?’. Wat bleek? 21% zei ja. Dus: ga retailers niet adviseren om niet in zelfscanning te investeren.” ■

advertentie