

'Ik ben Temi, uw robot'

Kan de sociale robot de werkdruk in de winkel verlichten?

Author(s)

Verhagen, Tibert; Vosjan, Tessa

Publication date

2024

Document Version

Final published version

License

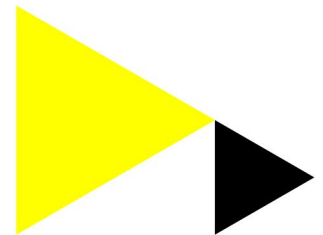
Unspecified

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Verhagen, T., & Vosjan, T. (2024). *'Ik ben Temi, uw robot': Kan de sociale robot de werkdruk in de winkel verlichten?*

<https://retailand.nl/robots-als-collegas-hoe-technologie-de-werkdruk-in-winkels-kan-verlichten/>



General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, P.O. Box 19185, 1000 GD Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.



Retailagenda

‘Ik ben Temi, uw robot’

Kan de sociale robot de
werkdruk in de winkel
verlichten?

NOVEMBER 2024



Inhoud

1. Introductie	04
2. Sociale robots in de retail	06
2.1 Wat hebben we geleerd uit eerdere robot onderzoeken	07
2.2 Living Lab: Inzet sociale robots	08
3. Rollen van de robot	12
3.1 De begroetende robot	14
3.2 De wegwijzende robot	16
3.3 De informerende robot	18
3.4 De entertainende robot	20
3.5 De adviserende robot	22
3.6 De verkopende robot	24
3.7 De onderzoekende robot	26
3.8 Belangrijkste bevindingen inzet sociale robots	27
4. Aanbevelingen	30
Colofon	32

1 Introductie

Op de winkelvloer is de afgelopen jaren de werkdruk flink opgelopen. Medewerkers kampen met stress door onderbezetting, of omdat ze lang niet altijd aan hun kerntaken toekomen. Ze melden zich ziek of stappen over naar een andere branche. De hoge uitval brengt kosten met zich mee en door de recordkrapte op de arbeidsmarkt zijn nieuwe medewerkers niet makkelijk te vinden. Sommige winkels zijn zelfs genoodzaakt hun openingstijden te beperken, omdat er onvoldoende personeel is. Het voortbestaan van de winkel loopt hierdoor gevaar.

04

Tegelijkertijd komen er steeds meer technologische toepassingen op de markt die de werkdruk onder medewerkers kunnen verlagen, waardoor er tijd vrijkomt om de klant te helpen. Een van deze toepassingen is de sociale robot. Dankzij technologische voortuitgang en de opmars van kunstmatige intelligentie (AI) worden deze robots snel beter in de taken die het winkelpersoneel doorgaans uitvoert. Ze kunnen klanten verwelkomen, aanbiedingen presenteren, de klanten amuseren, productinformatie geven, de weg wijzen, voorraden checken en gericht advies geven. Dit biedt kansen om de werkdruk te verminderen. Tegelijkertijd kan de robot de retailsector leuker en aantrekkelijker maken voor medewerkers.

Om beter te begrijpen wat sociale robots in de praktijk op de winkelvloer kunnen betekenen, is onder de vlag van de Stichting Detailhandelsfonds (SDF) een nieuw living lab opgezet: 'Social Robots'. Het is een gemeenschappelijk initiatief van de Hogeschool van Amsterdam, TMO Fashion Business School, De Haagse Hogeschool, ROC Mondriaan, mboRijnland in samenwerking met de brancheorganisaties Thuiswinkel.org, Techniek Nederland, INretail, het Vakcentrum, Tuinbranche Nederland, Welbo en Bureau Cosi.

Tezamen hebben de partijen één jaar lang de sociale robot getest bij tien winkels in de regio Leidschendam-Voorburg. Daarmee wilden ze uitzoeken hoe die techniek helpt de werkdruk in de winkel te verminderen en daarmee de retail aantrekkelijker te maken voor medewerkers.

De onderzoeksvraag

Voor welke activiteiten en hoe kunnen sociale robots het beste worden ingezet om de werkdruk van medewerkers te verminderen en de retail leuker en aantrekkelijker te maken om voor te leren en om in te werken?

Het praktijkonderzoek sluit aan bij de digitaliserings- en innovatieagenda van de Retailagenda. Die wil onder meer de innovatiekracht van retailers stimuleren door kennis en vaardigheden te vergroten en breed toegankelijk te maken. Het sluit ook aan bij de doelstelling van de Human Capital Agenda: maak de retailsector aantrekkelijk om in te (blijven) werken en vergroot zo de werkgelegenheid in de sector.

Deze publicatie presenteert de belangrijkste resultaten van het SDF Living Lab Social Robots.

2023

blokker.

Intertoys

april - mei

okenburgh
samen
groener

**pets
place**

juni

juli -
augustus

**pets
place**

september

blokker.

Hakitiki
club for loving cats

Klink
bakker sinds 1795

LUCARDI
JUWELIER

oktober -
november

intratuin
PLAANTJEN

OFM.

2

Sociale robots in de retail

06

Robots bestaan in allerlei vormen en maten. In de retail zijn ze met name in opkomst op de winkelvloer, in het magazijn en in de schoonmaak. Het SDF-project richt zich op de eerste soort: sociale robots. Dat type is specifiek ontworpen om te communiceren met mensen op een meer natuurlijke en intuïtieve manier. Sociale robots kunnen zelfstandig in een winkel functioneren. Ze observeren hun omgeving, reageren op bezoekers, maken berekeningen, nemen beslissingen en voeren handelingen uit.



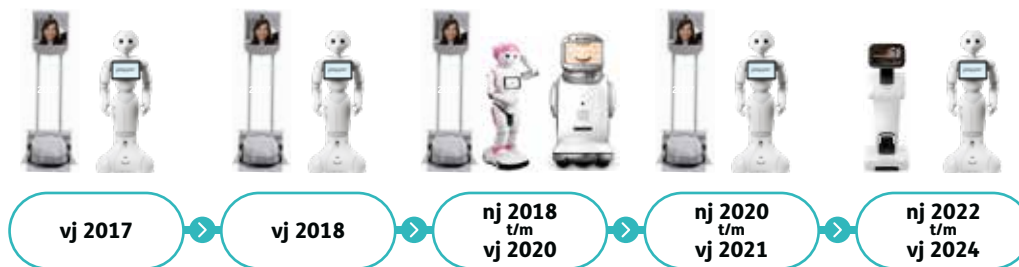
2.1

Wat hebben we geleerd uit eerdere onderzoeken?

De initiatiefnemers van het project zijn sinds 2017 actief in diverse projecten met sociale robots. In winkelgebieden hebben de HYPE Labs technologieën uitgetest bij ruim negentig ondernemers, waaronder de sociale robots Beam en Sanbot. Daarnaast heeft een expertgroep van het netwerk ShoppingTomorrow, 'Robots in retail', een eerste overzicht samengesteld van de mogelijkheden die robots hebben in winkels en wat de Nederlandse consument van robots verwacht. Tenslotte is verspreid over Nederland in diverse winkels onderzoek verricht naar personal shopping op afstand, klantbeleving, service, stylingadvies en klantloyaliteit met behulp van vier robots: **Telepresence Beam**, **Ipal robot**, **Sanbot**, **Pepper** en **Temi**.

Dit zijn de belangrijkste bevindingen:

- Klanten zijn overwegend positief over een sociale robot in de winkel. Met name bezoekers tot en met 55 jaar omarmen de techniek.
- Klanten vinden begroeten, wegwijzen maken en adviseren de nuttigste taken voor sociale robots.
- De inzet van een robot verbetert het innovatief imago, de klantloyaliteit en toekomstbestendigheid van ondernemers en winkelgebieden.
- Medewerkers die met sociale robots werken, vergroten hun vaardigheden, kennis en motivatie, en verbeteren hun sociale houding.
- Er is behoefte aan meer kennis en betrokkenheid onder medewerkers.



De experimenten hebben veel kennis opgeleverd over de manier waarop sociale robots ingezet kunnen worden om klanten te bedienen. Minder duidelijk is echter hoe de robots het beste kunnen worden ingezet om de werkdruk van werknemers te verminderen en hun werk aangenamer te maken, zodat zij minder druk ervaren en meer tijd krijgen om klanten te helpen. Het SDF Living Lab 'Social Robots' brengt de mogelijkheden in kaart die sociale robots het winkelpersoneel en de ondernemers bieden.

De taken van sociale robots

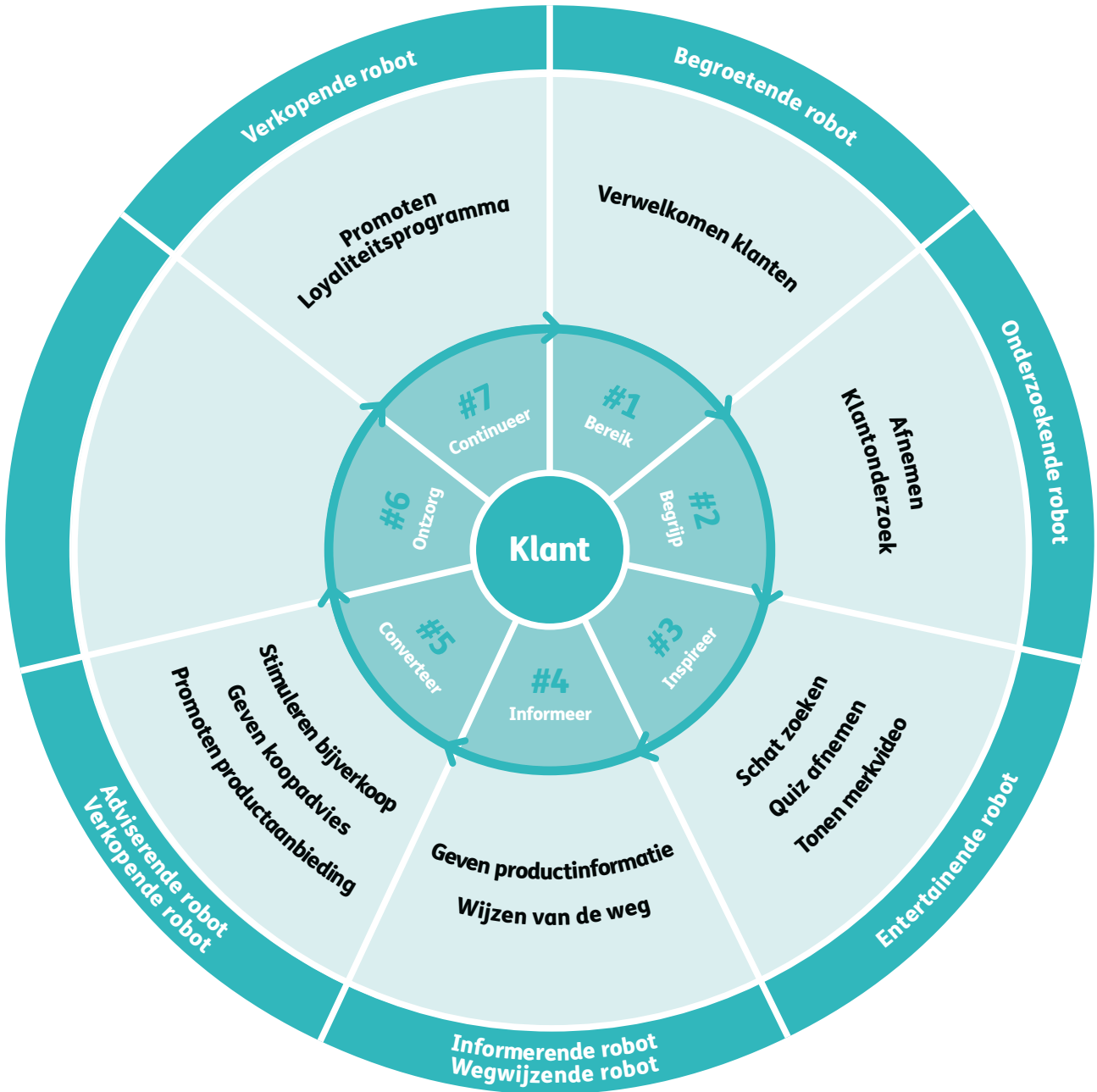
Als uitgangspunt van het onderzoek dient het verkoopmodel op bladzijde 9. Het geeft de fasen van het verkoopproces weer en toont – in de buitenste ring – welke taken de robot daarin kan vervullen. Bovendien laat het zien welke taken zijn getest in de winkels.

In elk van de tien winkels testte het living lab de robot ‘Temi’ zes weken lang in de praktijk. Om een zo realistisch mogelijk beeld van de mogelijkheden te schetsen, is uitsluitend de standaardfunctionaliteit van de robot ingezet voor de invulling van de taken. Alle taken werden in overleg met medewerkers en ondernemers gekozen, waarbij een duidelijke voorkeur uitging naar taken waar medewerkers eigenlijk geen tijd voor hebben en die onderdeel zijn van het verkoopproces in de winkel.



Het projectteam zocht met dit experiment antwoord op de volgende vragen:

- Welke activiteiten, die medewerkers doorgaans uitvoeren, kunnen sociale robots overnemen?
- Hoe kunnen sociale robots worden ingezet om de werkzaamheden van de medewerker te verlichten en het werk interessanter te maken?
- Wat moeten sociale robots precies kunnen en wat zijn hun mogelijkheden op dit moment en in de nabije toekomst?
- Wat betekent de inzet van sociale robots voor de waardering van medewerkers van hun vak en het werken in de retail?
- Wat vraagt de inzet van sociale robots van de medewerker in de winkel? Welke vaardigheden moeten zij oefenen om samen met sociale robots in winkels te functioneren?
- Wat zijn de negatieve en positieve effecten van de inzet van sociale robots? Wat levert deze techniek het winkelpersoneel en de winkelier op?
- Wat betekent de inzet van sociale robots in financieel opzicht voor de winkelier? Het gaat om personeelskosten voor werving, onboarding, training en uitval.





Hoi, ik ben Temi, 92 cm lang en ik praat graag met klanten. Met mijn touchscreen help ik je graag in de winkel. Ook leid ik je rond in de winkel, met mijn 5 km per uur snelheid

In de testperiode diende de winkel als living lab. Dit betekent dat het team de inzet van de robots continu in de gaten hield en meteen aanpassingen doorvoerde zodra die nodig bleken. Het ging veelal om kleine tweaks, zoals het taalgebruik van de robot bijstellen, een goed oplaadpunt installeren en de plaats van de robot in de winkel wijzigen. Studenten van hbo- en mbo-instellingen boden ondersteuning aan de winkelier en hielpen data te verzamelen van medewerkers en klanten via observaties, interviews en enquêtes. De robots legden automatisch alle communicatie met klanten vast, zodat de interacties met de robots ook objectief werden gemeten.

“

*Het gaat zeker helpen
bij het werven van
jongere medewerkers.
Dat is de groep die
immers niet lang blijft.*

Blokker Voorburg

“

*Het is heel leuk om
mensen de robot te
zien gebruiken en de
robot heen en weer te
zien rijden*

Intratuin Pijnacker

3

De rollen van de robot

12

Om uit te zoeken hoe robots kunnen helpen in de winkel, werkten de teamleden van 'Living Lab Social Robots', samen met medewerkers op de winkelvloer. Ze vroegen hun welke taken zij graag aan robots zouden willen overlaten. In de winkels probeerden ze verschillende taken uit en observeerden ze hoe de robot de werkdruk kan verminderen van de medewerkers. In totaal vervulde de robot zeven verschillende taken. Hierna worden die taken en de ervaringen van medewerkers en klanten met de robot beschreven.



Overzicht taken en winkels



BEGROETENDE ROBOT

Hakitiki
Blokker Den Haag
Blokker Voorburg
Bakker Klink
Intertoys
Lucardi
Pets Place
Tuincentrum
Ockenburgh
OFM
Intratuin



WEGWIJZENDE ROBOT

Intratuin
Blokker Voorburg
Intertoys
Pets Place
Lucardi
Tuincentrum
Ockenburgh
OFM
Intratuin



INFORMERENDE ROBOT

Blokker Den Haag
Blokker Voorburg
Lucardi
Intratuin
Pets Place
Tuincentrum
Ockenburgh
OFM
Hakitiki



ENTERTAINENDE ROBOT

Blokker Den Haag
periode 2
Blokker Voorburg
Intratuin
Pets Place
Tuincentrum
Ockenburgh
Intertoys



ADVISERENDE ROBOT

Blokker Den Haag
OFM
Intratuin



VERKOPENDE ROBOT

Bakker Klink
Intertoys
Intratuin
Lucardi
OFM
Hakitiki



ONDERZOEKENDE ROBOT

Blokker Voorburg
Tuincentrum
Ockenburgh
Pets Place
Blokker Den Haag
OFM
Hakitiki
Intratuin

3.1 De gastheer

De begroetende robot kan als gastheer of -vrouw de klantervaring verbeteren en het personeel ondersteunen. De belangrijkste taak van deze robot is het verwelkomen van potentiële klanten, op straat en bij binnenkomst in de winkel. In principe is dit voor klanten het eerste contactmoment met de robot. In de testperiode werd de begroetende rol vaak met een van de andere taken gecombineerd, zoals productinformatie verstrekken of de weg wijzen. De 'gastheer' werd voornamelijk ingezet ter ondersteuning van het personeel. De robot kon elke klant verwelkomen, terwijl het personeel bezig was met andere klanten en nieuwe bezoekers niet direct kon begroeten. De ondernemers verwachten dat sociale robots door hun klantvriendelijke benadering de klant een warm welkom bieden, de klanttevredenheid verhogen en tegelijkertijd het personeel kunnen ondersteunen.

High Tea bij Intratuin:

TEMI

Welkom, komt u voor Xmas High Tea of voor de horeca?

Xmas High Tea.

KLANT

TEMI

Wat leuk dat u gereserveerd heeft bij de Xmas High Tea. Zal ik u naar uw geboekte plaats brengen? Loopt u mee?

Dit vinden de medewerkers

De medewerkers hadden positieve verwachtingen van de begroetende robot. Ze waren unaniem van mening dat de robot deze taak goed zou kunnen vervullen en daarmee ondersteuning kon bieden. Ook waren ze ervan overtuigd dat het experiment zou leiden tot een lagere werkdruk. In de praktijk blijkt de tevredenheid minder groot. De oorzaak daarvan ligt vooral in technische beperkingen en het type winkel. In zaken die zich richten op persoonlijke dienstverlening ligt de tevredenheid iets lager.



“

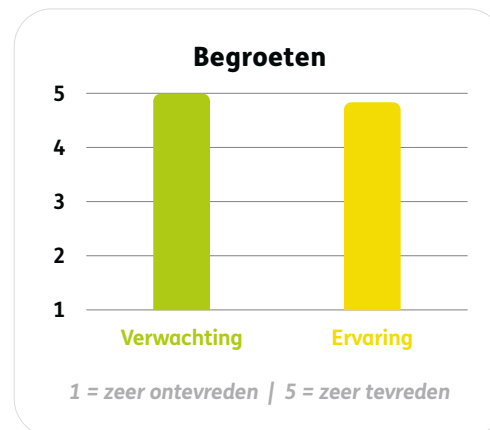
De robot verbindt en zorgt ook voor een praatje tussen klanten en medewerkers

Intratuin Pijnacker

Medewerkers zijn positief over de begroetende robot, omdat die hen erop attent maakt dat een klant de zaak binnenkomt. Vervolgens kan het personeel de bezoeker helpen met vragen en advies over producten. Ook laat de robot bezoekers zich welkom voelen. In winkels waar persoonlijke aandacht en service belangrijk zijn, zoals bij OFM, speelt begroeting een cruciale rol in het opbouwen van een relatie met potentiële klanten. Daar ziet men de meerwaarde van een begroetende robot veel minder.

Dit vinden de klanten

Bij Intratuin verwachten de bezoekers van de Xmas High Tea, een kerstactie van de winkel, meer persoonlijke service van medewerkers en zien ze de robot niet als geschikte gastheer of -vrouw; de voorkeur gaat duidelijk uit naar menselijk contact. In de overige winkels is het beeld gemengd. Vooral in wat grotere zaken helpt de robot het personeel klanten op te merken en laat hij de bezoekers zich welkom voelen.



3.2 De gids

De 'wegwijzer' begeleidt klanten bij hun route door de winkel en helpt hen producten te vinden. Uitgerust met geavanceerde sensoren en locatiegegevens, kan deze vriendelijke robot bezoekers begeleiden naar specifieke artikelen. Aan de hand van een gesproken vraag of een ingevoerde productnaam berekent de robot snel de optimale route en leidt hij de klant stap voor stap naar de gewenste locatie in de winkel.

De ondernemers verwachten dat de 'wegwijzer' klanten een efficiëntere winkelervaring biedt en dat hij het winkelpersoneel ontlast. De werkdruk neemt af en er ontstaat meer tijd voor andere taken zoals advisering.

16

Hakitiki:

TEMI

Aloha, ik ben Tiki. Welkom bij Hakitiki. Komt u shoppen voor 'early birds', het koffiec  f of Hakitiki, de winkel?

Hakitiki.

KLANT

TEMI

Komt u voor Kleding of Speelgoed?

Kleding.

KLANT

TEMI

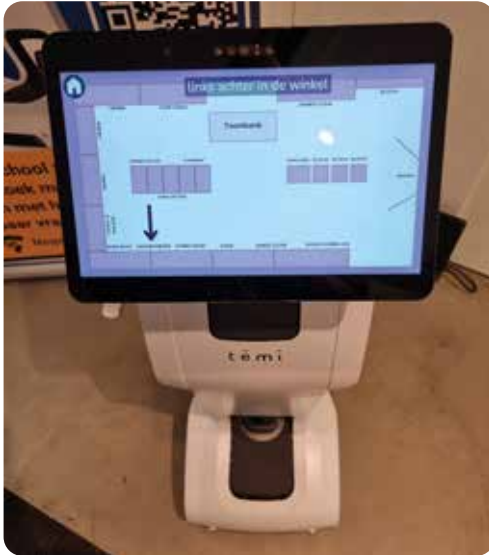
Komt u voor de koopjeshoek, newborn baby, baby meisjes, baby jongens, junior meisjes vanaf twee jaar of junior jongens vanaf twee jaar?

Koopjeshoek.

KLANT

TEMI

Volgt u mij. Ik loop even met u mee.



“

Als wij bezig waren en de klant iets wilde weten waar iets lag was het makkelijk dan kon dit via de robot.

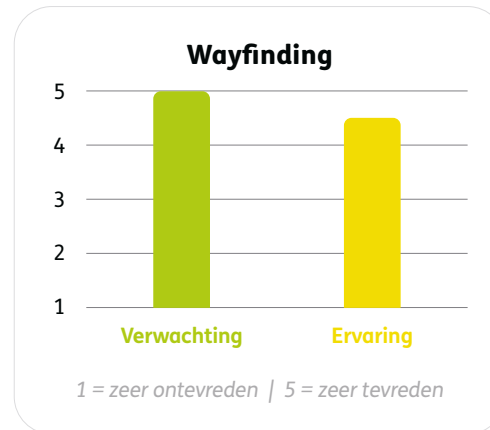
Intratuin Pijnacker

Dit vinden de medewerkers

Van alle taken die de robot in de testperiode uitvoerde, vinden medewerkers de gidsfunctie het nuttigst. Vooral omdat de robot klanten fysiek naar de producten kan begeleiden, stijgt de waardering. Dat bespaart immers tijd, die medewerkers aan andere werkzaamheden kunnen besteden. Toch loopt het personeel tegen beperkingen aan. De robot kent bijvoorbeeld niet alle productlocaties of klanten kunnen geen vragen stellen, waardoor medewerkers alsnog regelmatig worden aangesproken. Bovendien zijn niet alle winkels fysiek geschikt voor robots, waardoor de taak soms minder goed wordt uitgevoerd en het meer tijd kost om de robot in de gaten te houden dan dat hij de medewerkers daadwerkelijk ontlast.

Dit vinden de klanten

De klanten vinden de wegwijzende robot nuttig, net zoals de informerende robot. Een rondleiding in de winkel door de robot is laagdrempelig.



3.3 De informerende robot

De informerende robot fungeert als interactieve begeleider die klanten helpt bij hun productkeuze en informatie verstrekt over prijzen en beschikbaarheid. Ook biedt hij specifieke productinformatie, gebruiksinstructies en vergelijkingen met andere producten. De bezoeker hoeft geen details op de verpakking te lezen of een medewerker er om te vragen, de robot geeft een toelichting. Zo kan de robot de eerste vragen beantwoorden over een artikel. In essentie moeten informerende robots ervoor zorgen dat klanten sneller en efficiënter productinformatie kunnen krijgen. Dat was dan ook de voornaamste taak van deze robots in de living labs.

De ondernemers verwachten dat de informerende robot klanten kan voorzien van aanvullende, uitgebreide productdetails en dat hij zo wachttijden voor de klant verkort. Dat zou niet alleen leiden tot een efficiëntere winkelervaring, maar ook tot lagere werkdruk voor de medewerkers, die meer tijd overhouden voor andere adviestaken.

18





“

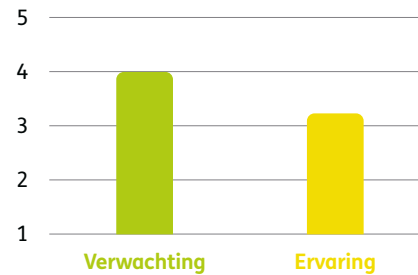
Dit onderzoek zet je aan het denken wat de basis info is waar de klant in geïnteresseerd zou kunnen zijn.

Intratuin Pijnacker



INFORMERENDE ROBOT

Informereren



1 = zeer ontevreden | 5 = zeer tevreden

Dit vinden de medewerkers

Het winkelpersoneel was aanvankelijk positief over de informerende robot. In de praktijk blijkt echter dat de robot over minder informatie beschikt dan verwacht. De medewerkers gingen ervan uit dat de robot gedetailleerde informatie over alle producten in de winkel zou hebben, maar de techniek blijkt (nog) ontoereikend. Als gevolg daarvan moeten de medewerkers klanten vaak toch extra toelichting geven op de producten.

Dit vinden de klanten

De meeste klanten blijken te verwachten dat een robot uitgebreide productinformatie kan geven, vergelijkbaar met de gegevens die via internet beschikbaar zijn. Ze gaan er ook van uit dat ze vragen kunnen stellen aan de robot, terwijl de robot juist geprogrammeerd is zelf vragen te stellen. Dit leidt er soms toe dat het langer duurt voordat de klant de informatie krijgt die hij zoekt. De informatie die de robot uiteindelijk verstrekt, wordt wel als nuttig beoordeeld.

3.4 De entertainer

De amuserende robot heeft als doel klanten aan te trekken en te vermaken tijdens hun winkelbezoek. Stel je voor dat je de winkel binnenloopt en begroet wordt door een vrolijke robot die complimenten uitdeelt over je kledingkeuze of glimlacht. Terwijl je door de gangpaden loopt, maakt de robot af en toe een grapje om de sfeer luchtig te houden en klanten aan het lachen te maken. Hij kan zelfs een quiz voorstellen aan de bezoeker of een interactief spel leiden waarin de winkel wordt betrokken. De belangrijkste taak van de entertainer is klanten een positieve ervaring te geven door een unieke beleving. Ondernemers verwachten dat de entertainer bijdraagt aan een leuke, memorabele ervaring voor klanten en daarmee de merkbeleving en klantenbinding versterkt.

20

Intertoys

TEMI

Goedemorgen, welkom bij Intertoys. Ik ben Bob. Het is een genoegen je te ontmoeten. Ik heb een schat verstopt achter in de winkel, ben je benieuwd wat het is?

Ja, natuurlijk.

KLANT

TEMI

Je bent een avontuurlijk persoon, dat vind ik leuk! Ik heb ergens achter in de winkel een QR-code verstopt. Bij aankoop van 25 euro ontvang je vijf procent korting op één product (actievoorwaarden van toepassing). Daarvoor moet je achter in de winkel een QR-code zoeken en scannen. Daarna laat je de scan aan de kassamedewerker zien, en krijg je vijf procent korting. Veel succes met je schattenjacht!

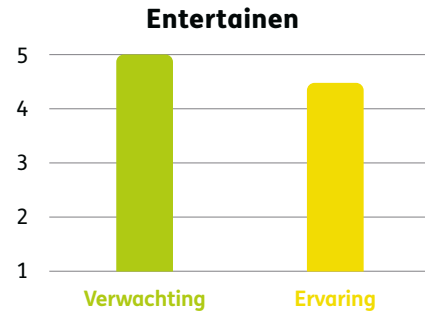


“

*Een robot is echt
fun voor een
speelgoedwinkel*

Intertoys Leidschendam

ENTERTAINENDE
ROBOT



1 = zeer ontevreden | 5 = zeer tevreden

Dit vinden de medewerkers

De medewerkers beschouwen de robot vooral als een extra ervaring voor de klanten. Ze vinden de robot een leuke toevoeging, maar zien hem meer als een vorm van vermaak dan als een hulpmiddel dat hun werkdruk daadwerkelijk verlaagt.

Dit vinden de klanten

Over het algemeen vinden klanten de robots leuk, omdat ze bijdragen aan de beleving in de winkel. Dit geldt vooral voor gezinnen met kinderen. Vooral in kindwinkels kunnen klanten de robot waarderen. De robot heeft vooral een aantrekkelijke werking op jonge bezoekers.

3.5 De adviseur

De adviserende robot voorziet klanten van productadvies en gepersonaliseerde aanbevelingen. Hij stelt enkele gerichte vragen, waarna hij artikelen aanraadt die een goede keuze zouden zijn. De bezoeker kan bijvoorbeeld vragen naar producten die passen bij bepaalde kenmerken, zoals huidtype, haartextuur of kledingstijl. De robot doet suggesties op basis van deze criteria. Dit stelt de klant in staat weloverwogen beslissingen te nemen en producten te vinden die goed bij hem passen. De belangrijkste taak van de 'adviseur' is klanten voorzien van advies over producten die het beste bij hun behoefte passen. De ondernemers verwachten dat de adviserende robot een betere winkelervaring biedt en leidt tot meer conversie en omzet. Dat maakt ruimte voor meer persoonlijke aandacht en verlicht de druk voor medewerkers als het druk is in de winkel.

22

Blokker

TEMI

Dit is de afdeling elektronica. Mijn naam is Temi en ik ben momenteel stagiaire bij Blokker. In welke van de volgende productcategorieën bent u geïnteresseerd?

Staafmixers.

KLANT

TEMI

Oké, daar kan ik u wat meer over vertellen. Volg mij alstublieft. Wilt u de staafmixer voor warme gerechten gebruiken?

Ja.

KLANT

TEMI

Hoe vaak per week bent u van plan de staafmixer te gebruiken?

Minder dan twee dagen.

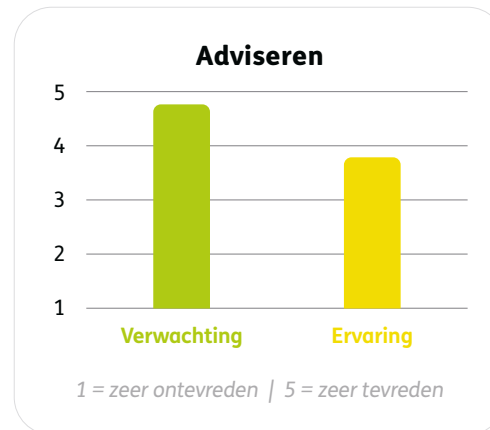
KLANT

TEMI

Dit product van Blokker voldoet precies aan uw eisen: een complete staafmixerset waarmee u kunt mixen, hakken en kloppen. Mijn persoonlijke aanbeveling zou dit product zijn van Tefal. Bij het gebruik van een staafmixer is een weegschaal cruciaal. Bekijkt u deze eens. Hoe vond u het om door mij geholpen te worden?



ADVISERENDE ROBOT



Dit vinden de medewerkers

De adviserende robot blijkt in de meeste winkels geen toegevoegde waarde te bieden. De bezoekers hechten vooral waarde aan advies en persoonlijke aandacht van medewerkers. De inzet van de robot kan ze op dit gebied niet ontlasten. Wel zien de medewerkers potentie in de taak van de robot klanten te verbinden met een medewerker voor persoonlijk advies.

Dit vinden de klanten

Winkelbezoekers verwachten dat de robot uitgebreid advies zou geven, maar dat krijgen zij niet. Ze gaan ervan uit dat de robot toegang heeft tot dezelfde gedetailleerde informatie als websites en dus passend advies kan geven. Daarnaast verwachten ze dezelfde persoonlijke aandacht die ze van een medewerker zouden krijgen.

3.6 De verkoper

Detailisten kunnen de verkopende robot inzetten om aankopen te stimuleren en klanten te binden. De robot kan op een interactieve manier producten presenteren en promoten. Daarnaast informeert hij klanten over speciale aanbiedingen en acties, brengt hij productkenmerken onder de aandacht en stimuleert hij bezoekers producten te bekijken die aansluiten bij hun behoeften. Bovendien kan de 'verkoper' klanten aanmoedigen deel te nemen aan spaarprogramma's, acties of loyaliteitsprogramma's door de voordelen en beloningen ervan uit te leggen.

Ondernemers verwachten dat de verkopende robot de omzet verhoogt en meer deelnemers werft voor loyaliteitsprogramma's

24





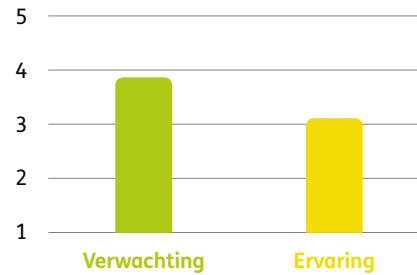
“

*Een 70 jarige vrouw
gepersonaliseerde
temi, ze bedankte temi
persoonlijk na een
rondleiding naar een
productcategorie*

Blokker Voorburg



Verkopen



1 = zeer ontevreden | 5 = zeer tevreden

Dit vinden de medewerkers

De verkopende robot leidt niet in elke winkel tot meer conversie. Medewerkers zien in dit proces vaak een belangrijke rol voor zichzelf: juist advies en persoonlijke aandacht leveren in hun ogen een bijdrage aan hogere conversie. Zij zien daarom niet altijd de toegevoegde waarde van een robot. Sommige werknemers hoopten wel dat de robot meer verkoop zou realiseren, maar de toename blijkt minimaal. Ook de promotie van loyaliteitsprogramma's door de robot leidt niet tot een toename in het aantal klanten dat hiervan gebruik maakt.

Dit vinden de klanten

Twee taken slaan niet aan bij klanten: het loyaliteitsprogramma promoten en de verkoop bevorderen. Die activiteiten worden als opdringerig ervaren. Klanten willen, zo blijkt, alleen van een promotie via een robot gebruikmaken als het voordeel duidelijk en groot is. De bezoekers vinden het onprettig als de robot zich puur richt op reclame maken.

3.7 De onderzoeker

In de testperiode voerden de robots diverse onderzoekstaken uit: hij stelde kennisvragen, nam een enquête af en hij vroeg klanten om een beoordeling. Medewerkers namen geen deel aan deze onderzoekjes, vandaar dat hun ervaringen niet in dit deel van het onderzoek zijn meegenomen.

De onderzoekerobot kan een relevante rol vervullen. Hij is in staat op een vriendelijke en efficiënte manier enquêtes af te nemen aan klanten. Dankzij zijn vermogen gegevens te verzamelen en te analyseren, kan de robot waardevolle inzichten opleveren in klanttevredenheid, aankoopvoorkeuren en winkelervaringen. Bovendien kunnen ondernemers op grond van de verzamelde data hun diensten en producten beter afstemmen op de wensen van de cliëntèle. Zo verhogen zij de klanttevredenheid en hun verkoopcijfers.

Dit vinden de medewerkers

Met name de eigenaren en filiaalmanagers van de winkels vinden achteraf de mogelijkheid robots in te zetten voor onderzoek een interessante optie. Hier hadden ze van tevoren niet aan gedacht.



ONDERZOEKENDE
ROBOT



De sociale robot in de winkel: hoe deed hij het?

Het Living Lab Social Robots heeft goede inzichten opgeleverd in hoe technologieën hebben bijgedragen aan het verminderen van de werkdruk, het verhogen van het werkplezier en het aantrekkelijk maken van de sector. De belangrijkste conclusie is dat de functie van de winkel en fysieke mogelijkheden in de winkel cruciaal zijn voor een succesvolle inzet van sociale robots. De sociale robot is nog volop in ontwikkeling.

Hieronder volgen de bevindingen van het living lab, aan de hand van de deelvragen uit hoofdstuk 1.

Welke activiteiten die medewerkers doorgaans uitvoeren kunnen sociale robots overnemen?

De robot is het effectiefst in drie taken: de klant welkom heten, wegwijs maken in de winkel en informatie verstrekken over (een beperkt aantal) producten.

Hoe kunnen sociale robots worden ingezet om de werkzaamheden van de medewerker te verlichten en het werk interessanter te maken?

Medewerkers vinden de sociale robot een zinvolle aanvulling als hij de klant voorziet van productinformatie en inlicht over acties in de winkel. Ook vinden ze het handig als de robot klanten attendeert op spaar- en loyaliteitsprogramma's.

Wat moeten sociale robots precies kunnen en wat zijn hun mogelijkheden op dit moment en in de nabije toekomst?

Voor medewerkers zou het een oplossing zijn als robots in de toekomst vakken kunnen vullen, pakketjes kunnen overhandigen of retouren innemen en als zij de klant vollediger kunnen informeren.

Voor klanten zou het een oplossing zijn als robots in de toekomst vragen kunnen beantwoorden. Klanten vinden het prettig als de robot sneller praat en handelt. Een grotere, meer menselijke robot heeft de voorkeur.

Wat betekent de inzet van sociale robots voor de waardering van medewerkers van hun vak en het werken in de retail?

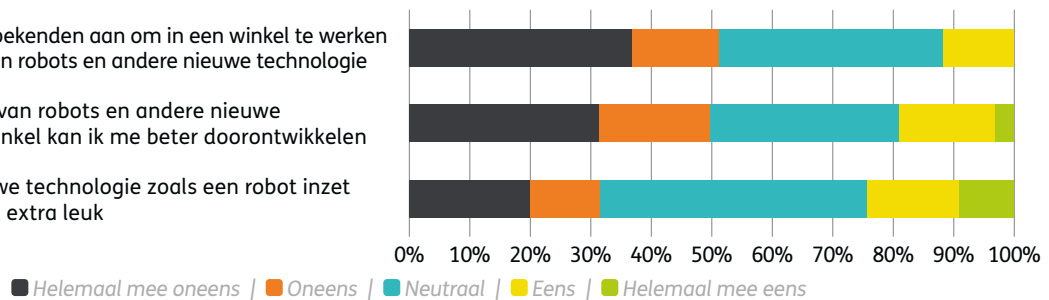
Het personeel is doorgaans blij met de innovatie en ervaart meer plezier op de werkvloer. Met name de jonge medewerkers gaan ervan uit dat door de sociale robot werken in de retail aantrekkelijker wordt. De robots zorgen niet altijd voor lagere werkdruk, in sommige gevallen werkt de innovatie averechts. Technische problemen zijn soms de oorzaak daarvan, maar vaker gaat het om onvoldoende kennis bij het personeel over de inzet van sociale robots.

Percepties medewerkers (n=69)

Ik raad vrienden en bekenden aan om in een winkel te werken die gebruik maakt van robots en andere nieuwe technologie

Dankzij het gebruik van robots en andere nieuwe technologie in de winkel kan ik me beter doorontwikkelen

Als een winkel nieuwe technologie zoals een robot inzet dan vind ik het werk extra leuk



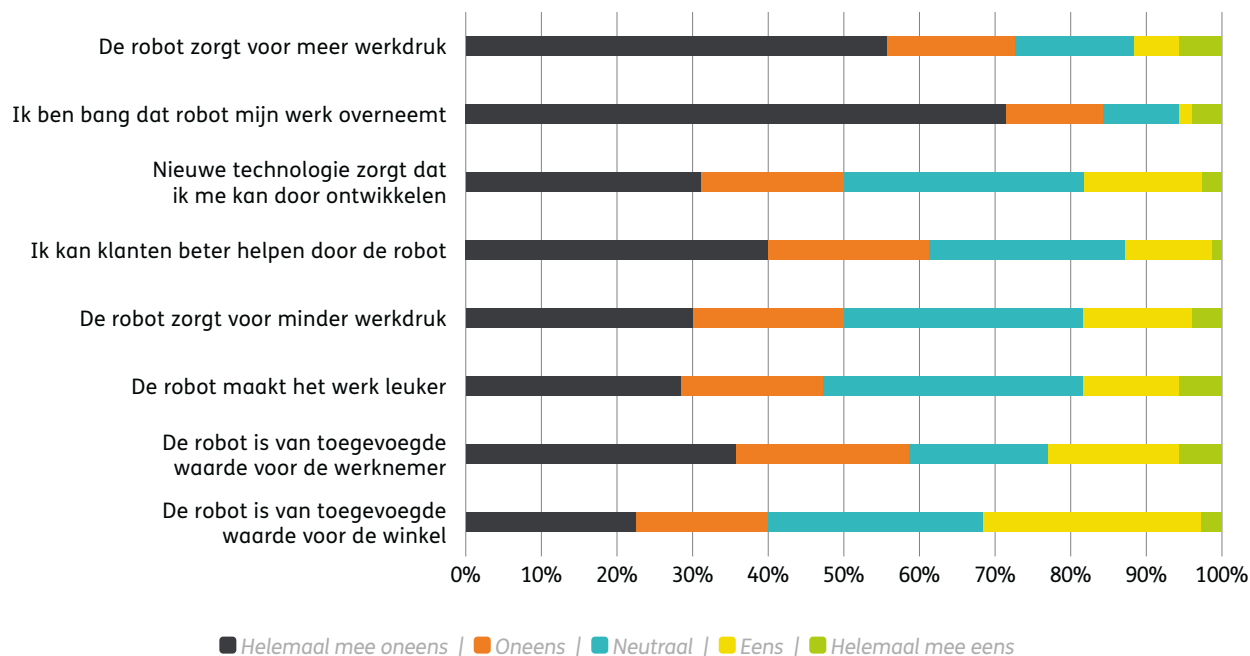
Wat zijn de negatieve en positieve effecten van de inzet van sociale robots?

Wat levert deze techniek het winkelpersoneel en de winkelier op?

De inzet van sociale robots leidt tot een reeks 'plussen' en enkele 'minnen'. De technologie verhoogt het werkplezier voor de medewerkers en verhoogt de betrokkenheid bij de winkel als zij kunnen meedenken over de taken van de robot. Bovendien stimuleert de robot innovatief gedrag van het personeel. De sociale robot zorgt voor extra beleving in de winkel dankzij de interactie met klanten. Bezoekers ervaren het als laagdrempelig de robot een vraag te stellen. Zo verbindt deze 'elektronische assistent' klanten met medewerkers: hij helpt de bezoekers op weg en verwijst pas naar een medewerker als hulp noodzakelijk is.

Minpunten zijn er ook. Sommige medewerkers ervaren juist een hogere werkdruk, omdat de robot aandacht vraagt. Tenslotte geven klanten veelal de voorkeur aan persoonlijke dienstverlening.

Percepties medewerkers (n=69)



29

Wat betekent de inzet van sociale robots in financieel opzicht voor de winkelier? Het gaat om personeelskosten voor werving, on-boarding, training en uitval.

Inzet van de sociale robot heeft nog niet geleid tot lagere werkdruk. Dit heeft te maken met het beperkte aantal taken die de robot momenteel kan uitvoeren, waardoor klanten nog sterk afhankelijk zijn van medewerkers. De robot kan persoonlijk contact niet vervangen, maar wel taken overnemen als begroeten, wegwijzen en productadvies. Hij kan meer werkplezier brengen en een element van beleving toevoegen aan de winkel.

Aan een succesvolle en effectieve inzet zijn voorwaarden verbonden. De robot moet opvallender worden: langer, meer zichtbaar, minder statisch, actiever ... kortom, menselijker. Hij moet meer gedetailleerde productinformatie kunnen leveren. En hij moet vragen van klanten kunnen beantwoorden.

Uit het onderzoek blijkt dat de werknemers niet negatief zijn over de rol die de robot kan vervullen. Ze zijn niet bang dat de techniek hen gaat vervangen. Wanneer de robot zich doorontwikkelt, is deze technologie zeker van toegevoegde waarde voor de winkel en de medewerkers.

4 Aanbevelingen

Wat hebben medewerkers nodig?

Ondernemers die medewerkers met een sociale robot willen ondersteunen, kunnen de robot het beste een aantal basale taken geven: klanten verwelkomen, de weg wijzen, productinformatie verschaffen die klanten helpt een keuze te maken. Dankzij die taken blijft er voor werknemers net wat meer tijd voor andere bezigheden over. Bovendien is een gecombineerde klantbediening mogelijk, door robots én medewerkers. Terwijl de robot basisinformatie biedt of de weg wijst, springt een medewerker in voor verdere assistentie en persoonlijke hulp. Medewerkers zijn hierdoor minder tijd kwijt aan randzaken en kunnen zich beter op hun kerntaken richten. Of dit uiteindelijk tot vermindering van de werkdruk leidt, is in de testfase nog niet bewezen. Hiervoor is meer onderzoek nodig.

De sociale robot kan leiden tot meer werkplezier. De meeste werknemers vinden het leuk om te zien dat de winkel innovatieve technologie uitprobeert en dat klanten de robot waarderen. Sommigen worden er blij van als ze zelf met de robot kunnen omgaan. Voor de winkelier is het belangrijk na te gaan welke medewerkers dit zijn, om ze vervolgens te vragen of ze 'buddy' van de robot willen worden. Het werkplezier van deze medewerkers kan worden verhoogd door ze mee te laten denken over de inzet van de robot. Ze kunnen een begeleidende rol krijgen in de dagelijkse inzet van de robot op de winkelvloer: de medewerker kan klanten stimuleren de robot te gebruiken, wenselijke aanpassingen doorvoeren en eventuele problemen verhelpen.

Niet alleen biedt de sociale robot inspiratie, maar ook creëert de technologie nieuwe leermogelijkheden in de retailsector. Het is cruciaal medewerkers vanaf het begin bij de robot te betrekken. Door hen te laten meedenken en ideeën aan te dragen, zullen ze de robot sneller omarmen. Dit resulteert erin dat de

medewerkers de robot eerder aan klanten zullen aanbevelen en dat de robot hun werk interessanter maakt.

Goede instructie en training zijn essentieel. Het is frustrerend voor medewerkers als een robot niet goed functioneert en zij niet in staat zijn dit te verhelpen, of als de robot vragen oproept die ze niet kunnen beantwoorden. Medewerkers zijn de ogen en oren van de winkelorganisatie bij een effectieve inzet van de robot. Een goede opleiding is essentieel, ondernemers en bedrijfsleiders moeten ervoor zorgen dat de medewerkers begrijpen wat de robot voor hun werk en klantondersteuning betekent. Onrealistische verwachtingen moeten worden voorkomen. Ondernemers en bedrijfsleiders moeten het personeel de juiste vaardigheden aanleren om klanten te begeleiden bij het gebruik van de robot, storingen op te lossen en waar nodig scripts aan te passen.

Wat heeft de winkel nodig?

Niet elke winkel is geschikt voor een sociale robot. De marktprofilering speelt een belangrijke rol. Winkels die bekend staan om persoonlijke dienstverlening, zoals ambachtelijke winkels of speciaalzaken, passen minder goed bij deze technologie. Klanten in deze winkels geven de voorkeur aan persoonlijk contact met medewerkers. Grotere, gemengde winkels met een reeks merken en zaken met relatief veel bezoekers zijn veel geschikter voor sociale robots. In deze shops zijn medewerkers minder vaak beschikbaar, waardoor robots nuttig kunnen zijn bij het wijzen van de weg, informeren, of helpen een keuze te maken.

Ook het soort producten waarvoor de sociale robot wordt ingezet, speelt een bepalende rol. Voor functionele producten die mensen op basis van feitelijke informatie

kiezen (schoonmaakmiddelen, keukenapparatuur, potgrond, huisdiervoer), zijn robots geschikt. Bij hedonistische producten, waar persoonlijke ervaringen en meningen tellen (brood en banket, kleding, sieraden, speelgoed) gaat dit minder op. Hierbij laten klanten zich veel meer leiden door hun persoonlijke voorkeuren en de mening van anderen – bijvoorbeeld een medewerker – dan door een robot.

De winkelinrichting moet voor een sociale robot geschikt zijn. In krappe winkels met nauwe gangpaden functioneren robots minder goed. Ook ongelijke vloeren moeten worden voorkomen. Hiermee kan de huidige generatie robots niet uit de voeten. Voor het functioneren van de robot is daarnaast een stabiele internetverbinding een must. Deze heeft de robot nodig om zijn scripts realtime te kunnen laden en snel te kunnen reageren. En om de robot goed te laten werken is een oplaadpunt in de winkel nodig. Dit vraagt om een beschikbaar stopcontact in de buurt waar de ‘elektronische assistent’ actief is.

Tot slot zijn er de klanten van de winkel. Veel klanten hebben nog nooit een sociale robot gebruikt. Zij zullen over hun drempelvrees moeten worden geholpen. Dit kan een medewerker doen die de klant op de robot wijst, een banner, of een digitaal scherm. Voor de klant moet meteen duidelijk zijn wat de toegevoegde waarde van de robot is. Vooral het wijzen van de weg en advisering zijn zaken die klanten waarderen. Dit geldt overigens niet voor alle doelgroepen. Bedient een winkel vooral oudere klanten? Dan is een sociale robot niet direct aan te raden.

Wat heeft de robot nodig?

Het is cruciaal dat de robot de juiste taak en scripts meekrijgt. Wat gaat hij precies doen? Benadert hij proactief de klant? Hoe vindt de interactie tussen mens en techniek plaats (tekst,

taalgebruik, beeld, voortbeweging)? Welke knelpunten in de dienstverlening lost de robot hiermee op? Die zaken moeten worden afgestemd op de wensen van de medewerkers en de klanten. Scripts testen op de winkelvloer is een noodzaak. Eenmaal op de winkelvloer pakt de inzet van de robot soms net wat anders uit. Dan blijkt bijvoorbeeld dat het taalgebruik voor klanten niet duidelijk genoeg is, dat hij beter op een andere plek kan staan, of dat zijn voortbeweging aanpassing vergt. Finetuning is dan nodig voor een optimale inzet van de robot.

De gebruiksvriendelijkheid van de elektronische assistent is doorslaggevend voor zijn succes. Klanten zijn in hun dagelijks leven omgeven door snel en goed functionerende technologie (smartphone, internet, game consoles, activity trackers) en verwachten dezelfde prestaties van een sociale robot in de winkel. Geen vertragingen, korte scripts, een duidelijke stem, een beperkt aantal opties op het aanraakscherm, geen onnodige herhalingen, doorlopende beschikbaarheid en snelle reactie: dat zijn basisvereisten om van de technologie een succes te maken. Alleen zo is de interactie met de robot vergelijkbaar met een gesprek met een medewerker.

Hoewel het uiterlijk van een sociale robot grotendeels door de leverancier is bepaald, kunnen zijn looks deels worden afgestemd op de winkel. Ter wille van betere herkenbaarheid draagt hij bijvoorbeeld een T-shirt van de winkel. Ook een eigen naam heeft een positieve uitwerking. Werknemers waarderen dit, zeker wanneer zij over de naam mogen meedenken. ‘Temi’ of ‘Bob’ wordt zo onderdeel van het team. Als die naam op zijn kleding staat of een badge, vergroot dat bovendien de herkenbaarheid van de robot bij klanten. Het display biedt ook opties. Hier kunnen de naam en het logo worden opgenomen, zodat de robot nog meer één met de winkel is.

Colofon

Toekomst

Wil je naar aanleiding van dit onderzoek weten wat robots kunnen betekenen voor jouw winkel, je klanten en je medewerkers, nu en in de toekomst? Schrijf je dan in voor de nieuwsbrief of meld je bij Retail Insiders aan voor toekomstige onderzoeken.

De nieuwsbrief vind je hier:

<https://forms.office.com/e/KFViakmCGX>

Of scan de QR-code:



Kijk op Retail Insiders:

<https://www.retailinsiders.nl/updates/bericht/sdf-living-lab-social-robots>

Of scan de QR-code:



32

Auteurs:

Tibert Verhagen,
Hogeschool van
Amsterdam

Tessa Vosjan,
Bureau Cosi

Projectteam

Jacqueline Arnoldy,
Hogeschool van
Amsterdam

Ewout Nas,
Hogeschool van
Amsterdam

Mede mogelijk gemaakt door:

SDF Living Lab Social
Robots

Retailagenda

Human Capital
Agenda

Hogeschool van
Amsterdam

TMO Fashion Business
School

De Haagse
Hogeschool,

ROC Mondriaan,
mboRijnland

Thuiswinkel.org

Techniek Nederland

INretail

Het Vakcentrum

Tuinbranche
Nederland

Welbo

Bureau Cosi

Retailers:

Blokker Voorburg

Tuincentrum
Ockenburgh Den Haag

Intertoys Leidschendam

Pets Place Den Haag

Bakker Klink Voorburg

Blokker Den Haag

Intratuin Pijnacker

Hakitiki Rijswijk

Lucardi Den Haag

OFM Vooburg

stichting **SDF**
detailhandelsfonds



Retailagenda

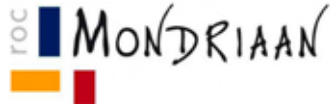


**Hogeschool
van Amsterdam**



**FASHION
BUSINESS SCHOOL**
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

DE HAAGSE
HOGESCHOOL



mborijn//land



thuiswinkel
.org



**Techniek
Nederland**



VAKCENTRUM
Voor zelfstandig retailondernemers



**TUINBRANCHE
NEDERLAND**

WELBÒ



KONINKLIJKE
INRETAIL



Retailagenda

