

Winkels herkennen klant aan schoenen

20-01-2016 22:20

Het Britse Horton Analytics heeft een zelflerend algoritme bedacht dat data genereert op basis van iemands schoenen. Hiermee wil het databedrijf retailers in staat stellen om gegevens over hun klanten te verzamelen waarbij de identiteit van de klant zo veel mogelijk beschermd blijft.

Veel winkels brengen klanten en hun gedrag via klantenkaarten, wifisporen en videobeelden in kaart. Hierbij zijn zij op zoek naar gegevens als leeftijd, geslacht, gemoedstoestand, interesse en in sommige gevallen lichaamsbouw. Steeds meer privacycommissies willen dat winkeliers hun klanten inlichten over dergelijke analyses en daar ook toestemming voor vragen.

Recent onderzoek in Groot-Brittannië onder consumenten, IT- en marketingmanagers laat zien dat 74 procent van alle retailers technologie inzetten om hun klanten in beeld te brengen. Van hen gebruikt 27 procent gezichtsherkenning om data te verzamelen. Naar aanleiding van dit onderzoek is Horton gaan werken aan een systeem dat mensen in categorieën opdeelt op basis van de schoenen die ze dragen. Dit zorgt er volgens hen voor dat de privacy van de consument zo goed mogelijk bewaakt wordt.

Het systeem werkt op basis van machine learning en kunstmatige intelligentie. De software analyseert de schoenen en tred van klanten middels een sensor, en doet dit met een accuraatheid van 75 tot tachtig procent. De technologie wordt momenteel al gebruikt in de O2 Centre en lifestylewinkel The Dandy Lab.