

Procter & Gamble en Dell testen slim winkelschap

07-02-2017 11:51



De Amerikaanse startup Cloverleaf zet kunstmatige intelligentie in om gezichten voor winkelschappen te analyseren. Procter & Gamble heeft de oplossing al getest, terwijl Dell de zogenoemde shelfPoint momenteel inzet in een winkel van Micro Center in Houston.

De shelfPoint is een digitale strip voor op het winkelschap, dat oogbewegingen en gezichtsuitdrukkingen kan analyseren. Het scherm toont wisselende advertenties, terwijl ingebouwde sensoren anonieme informatie over de klant verzameld. Zo kan de technologie onder meer de leeftijd, het geslacht en etniciteit inschatten. De startup zegt alleen algemene en geen persoonlijke informatie op te slaan.

De digitale strip kan onder meer ingezet worden om eerst de aandacht van klanten te trekken en vervolgens met andere content op conversie te sturen. Dell gebruikt de innovatie op zijn beurt om de reactie op hun producten op het schap te meten.