

'Consument zit niet te wachten op winkelrobot'

17-09-2020 10:33



Nederlandse consumenten staan nog erg sceptisch tegenover het gebruik van robots in fysieke winkels. Dat blijkt uit onderzoek van GfK in opdracht van ShoppingTomorrow. "Consumenten verwachten een persoonlijke ervaring, maar ze willen daarbij zo min mogelijk geconfronteerd worden met techniek."

Dat zegt Inge Demoed, programmamanager bij ShoppingTomorrow. Uit het onderzoek blijkt dat acht procent van de Nederlandse consumenten weleens contact heeft gehad met een robot in een winkel. 62 procent zegt niet open te staan voor de hulp van een robot en de helft van de respondenten gelooft niet beter geholpen te kunnen worden door robots. Als er dan toch een robot moet komen, kan die volgens de meeste consumenten het beste worden ingezet voor het schoonmaken van de winkel, het vullen van de schappen en het geven van productinformatie.

Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat drie kwart van de consumenten over vijf jaar een gepersonaliseerde shopervaring hoopt te krijgen. Slechts de helft van de Nederlanders verwacht ook dat de gepersonaliseerde promoties en aanbevelingen tegen die tijd daadwerkelijk beschikbaar zijn. Vorig jaar was dat nog 62 procent. "Het lijkt er dus op dat consumenten minder vertrouwen hebben in de opkomst van personalisatie."

Bijna de helft (49 procent) van de consumenten voelt zich niet prettig bij het delen van persoonlijke informatie met winkels. Iets meer dan een derde (35 procent) geeft aan een financiële tegemoetkoming te willen ontvangen in ruil voor het delen van data.

Van alle nieuwe technologieën zijn consumenten vooral te spreken over een lichaams- of voetscanner om de maat van een product te bepalen (83 procent is positief) en over virtual reality (80 procent).