Instore AI-assistent – Carrefour Groep Cretskens

AI-assistent die klanten in de fysieke winkel ondersteunt met een passende wijnkeuze bij een gerecht.

Techniek: AI-assistent via LLM's

Executive summary

Groep Cretskens, een familiebedrijf met o.a. 18 Carrefour Market-vestigingen in haar portfolio zet in op de juiste expertise om haar klanten verder te helpen. Voor Carrefour Maaseik, een vestiging met een uitgebreid wijnaanbod, werd een AI-assistent ontwikkeld die klanten in de winkel begeleid bij het kiezen van de juiste wijn die past bij het gerecht dat ze willen serveren. Op die manier kan de expertise van de sommelier, die niet op elk openingsuur aanwezig kan zijn, toch benut worden om klanten verder te helpen bij hun wijnkeuze.

Testperiode: 1-04-2026 tot 30-06-2026

Uitdagingen

Veel klanten ervaren moeilijkheden bij het kiezen van een wijn in de winkel door het grote aanbod en de uiteenlopende soorten, smaken en prijsklassen. Dit kan leiden tot keuzestress, onzekerheid en vertraging bij aankoopbeslissingen. Medewerkers zijn echter niet altijd beschikbaar om met klanten te interageren en hun klantvoorkeuren te vertalen naar passende wijnkeuzes.

Technologie

Door gebruik te maken van geavanceerde technieken zoals pre-processing, tool calling, en integratie van productinformatie over prijzen als diepgaande informatie over de wijn, kan de AI-assistent aanbevelingen doen over wijnen die bij gekozen gerechten passen. Bovendien wordt er bijzondere aandacht besteed aan guardrailing[1] en veiligheid, waardoor onze AI-assistent niet alleen accuraat en snel, maar ook veilig en betrouwbaar is. Embedding modellen waren in dit scenario overbodig om de volgende concrete redenen:

1) De data is vooraf al omgezet naar een gestructureerde tabel via een offline preprocessing stap:

Embedding modellen worden voornamelijk gebruikt voor semantic search om relevante stukken uit een enorme verzameling losse documenten te vissen (zoals via RAG). Omdat de informatie uit de PDF's en Word-documenten na preprocessing al netjes in een overzichtelijke tabelstructuur is beland, kan de AI de informatie direct via gestructureerde queries (zoals SQL of via Tool Calling) ophalen. Gezien het matige volume aan data, was er geen directe nood om op te zoeken met queries in een database.

2) Beperkte rekenkracht en geheugen op de Jetson Xavier:

Het lokale hardware-platform (de Jetson Xavier) in de winkel heeft beperkte middelen. Het in het geheugen houden en lokaal draaien van een zwaar embedding model (plus vector-database) brengt onnodige overhead met zich mee, zeker wanneer een simpele zoekfunctie of tool-call op de tabeldata hetzelfde resultaat geeft met veel minder geheugengebruik.

[1] (*) guardrailing: zorgt ervoor dat de assistent zich houdt aan het beoogde gebruiksdomein (bijvoorbeeld productadvies of winkelnavigatie) en niet afdwaalt naar irrelevante, schadelijke of merkschadende antwoorden.



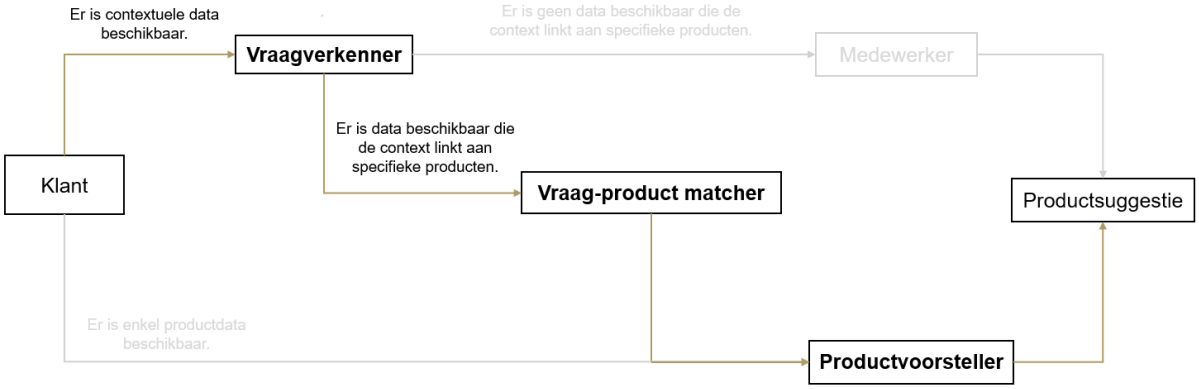


Raamwerk

Tijdens dit living lab werd een vraag-product matcher ontwikkeld om de brug te kunnen maken tussen de vraagverkenner en de productvoorsteller. Op deze manier kunnen klanten beter begeleid worden met de juiste productmatch om vervolgens geschikte producten voor te stellen. Dit helpt de klant tijdens cruciale fases van de customer journey: van oriëntatie tot koopbeslissing.

Bij de bouw lag de focus daarom zowel op contextuele data (zoals branding, gewenste gesprekssituaties) als op productdata. Deze feitelijke kenmerken van producten werden ook verrijkt met begrijpbare input over de wijnen.

Dit leverde een solide oplossing op: de AI-assistent functioneerde correct en kon klanten helpen om de perfecte wijn bij hun gerecht te adviseren.





Resultaat en voordelen

De AI-assistent voerde gesprekken correct inhoudelijk en technisch uit en gaf duidelijke wijnsuggesties op basis van de input die de klant tijdens het gesprek gaf. Interactie via een kiosk houdt de connectie met het fysieke gebeuren in de winkel t.o.v. een eigen scherm. Een logisch interface voor de chat en wijnsuggesties is noodzakelijk voor het gebruiksgemak.

Vereisten

- Solide internetverbinding, zowel voor de AI-assistent als voor klanten om de assistent vlot te gebruiken.
- Stroomvoorziening voor kiosk, via bekabeling. Deze moet ook netjes en veilig weggewerkt worden.
- Geschikte plaatsing van de kiosk die past bij de mogelijke path journeys van klanten.

Key take-aways

Een goed werkende assistent op zichzelf is niet voldoende om gebruik te garanderen. Klanten moeten bewust gemaakt worden dat er assistentie mogelijk is. Dit kan door de assistent een strategische plek te geven, maar ook zeker doordat de retailer actie onderneemt om de klant de assistent initieel te laten leren kennen. Verder is de input van de klant waardevol, de retailer krijgt inzicht in de wensen van de klant.

Inzichten

- **Hulp voor medewerkers**: Hoewel de AI-assistent aanvankelijk voor klanten gebouwd werd, gaf men ook aan dat dit medewerkers met minder expertise over het product meer vertrouwen kan geven om klanten hiermee verder te helpen.
- **Gebruiksgemak vs. Beleving**: Makkelijk in gebruik, maar men merkte de kiosk niet altijd spontaan op.
- **Natuurlijke flow & Internet**: Een vlot gesprek vereist hier enerzijds goede voorbereiding van de AI die lokaal draaide. Anderzijds is internetverbinding nodig om de LLM in de cloud aan te spreken.
- **Hardware**: Verouderde hardware kan problemen opleveren i.f.v. automatisch opstarten.
- **Zichtbaarheid is alles**: Een assistent die niet opvalt, wordt niet gebruikt; de locatie van pancartes en de kiosk zelf is bepalend voor het succes.

Over Groep Cretskens

Groep Cretskens is een familiebedrijf uit Dilsen-Stokkem dat vandaag twintig Carrefour Market-vestigingen uitbaat, goed voor een jaaromzet van ongeveer 150 miljoen euro. De winkels zijn verspreid over België en focussen op klanttevredenheid, versheid, lokale producten en een breed assortiment. Elke vestiging biedt producten van verse groenten en fruit tot kwaliteitsvleeswaren en ambachtelijke bakkerijproducten.

https://www.groepcretskens.be/

Over

PXL BUSINESS RESEARCH

PXL SMART ICT

PXL CENTRUM DIGITAAL LEREN

Wilt u meer weten over dit onderzoek, bezoek dan zeker de website: Retailinnovatie PXL.

Met steun van: VLAIO