Instore AI-assistent – the baby’s corner

AI-assistent die klanten in de fysieke winkel ondersteunt in het keuzeproces van een kinderwagen/buggy

Techniek: AI-assistent via LLM’s

Executive summary

The baby’s corner is een Belgische baby- en kinderwinkel die sinds 1996 aanstaande ouders en jonge gezinnen begeleidt bij de voorbereiding op de komst van hun baby. Vanuit de winkel in Nazareth en via de webshop combineert het bedrijf een zorgvuldig geselecteerd assortiment met persoonlijke begeleiding, gespecialiseerde dienstverlening en een warme winkelervaring.

Met initiatieven zoals een eco-friendly label, samenwerkingen met ortho-agogische centra en de mogelijkheid om professionele begeleiding door een vroedvrouw op de geboortelijst te plaatsen, positioneert the baby’s corner zich als een betrokken partner voor ouders tijdens zwangerschap, geboorte en de eerste levensjaren.

Binnen dit living lab werd onderzocht hoe een AI-assistent ouders kan ondersteunen in het keuzeproces van een kinderwagen of buggy. De tool vervangt het persoonlijke advies van de medewerker niet, maar bereidt het adviesgesprek voor. Ouders denken vooraf na over hun situatie, voorkeuren en dagelijks gebruik, waardoor het gesprek in de winkel gerichter en persoonlijker kan verlopen.

Uitdagingen



In voorbereiding op het ouderschap worden ouders geconfronteerd met veel keuzes op korte tijd. Bij the baby’s corner worden ouders hierin begeleid via geboortelijsten, waarbij verschillende thema’s stap voor stap aan bod komen, zoals Op Stap, Slapen en andere onderdelen van de babyuitzet.

Vooral binnen de categorie kinderwagens en buggy’s is het keuzeproces vaak complex. Het aanbod is groot en de verschillen tussen modellen zijn niet altijd meteen duidelijk. Bovendien vertrekt elke ouder vanuit een andere situatie. Sommige ouders willen graag uitgebreid vergelijken en alle opties begrijpen, terwijl anderen vooral nood hebben aan een duidelijke basisselectie.

Daarom werd onderzocht hoe een AI-assistent kan helpen om de noden van ouders vooraf beter in kaart te brengen. Door enkele gerichte vragen te stellen, krijgt de assistent inzicht in de situatie, voorkeuren en manier van kiezen van de klant. Die informatie wordt gebruikt om vervolgvragen en productsuggesties beter af te stemmen.

Het klantprofiel wordt niet als label aan de klant gecommuniceerd, maar dient als achtergrondinformatie voor de AI-assistent. Zo blijft de ervaring voor ouders eenvoudig en laagdrempelig, terwijl de aanbevelingen relevanter worden.

Technologie

De AI-assistent gebruikt de voorkeuren die ouders invullen en koppelt die aan de beschikbare productdata binnen de categorie kinderwagens en buggy's. Omdat het datavolume binnen deze afgebakende categorie beperkt is, kon de relevante productinformatie rechtstreeks meegenomen worden in de werking van de assistent.

Zo kan de AI-assistent een eerste selectie voorstellen die aansluit bij de voorkeuren van de klant en het beschikbare aanbod van the baby's corner. Die selectie vormt een vertrekpunt voor verdere begeleiding en verfijning in het persoonlijke adviesgesprek.

Door het kleine volume van de productdata en beperking tot de categorie kinderwagens is er geen nood aan een *embedding model*. Bovendien wordt bijzondere aandacht besteed aan guardrailing[1] en veiligheid, waardoor de AI-assistent niet alleen accuraat en snel, maar ook veilig en betrouwbaar is. De toepassing werkt via HTTPS en maakt gebruik van anonieme sessiecodes om de privacy van gebruikers te beschermen. Zo kunnen ouders de tool gebruiken zonder dat er onnodige persoonsgegevens worden opgeslagen.

De AI-assistent werd ter beschikking gesteld via een QR-code die zowel in de fysieke winkel als thuis door de klant geraadpleegd kon worden. Klanten die op voorhand een afspraak voor een babylijst maakten, ontvingen een bevestigingsmail waarin de QR-code ook werd opgenomen.

Raamwerk

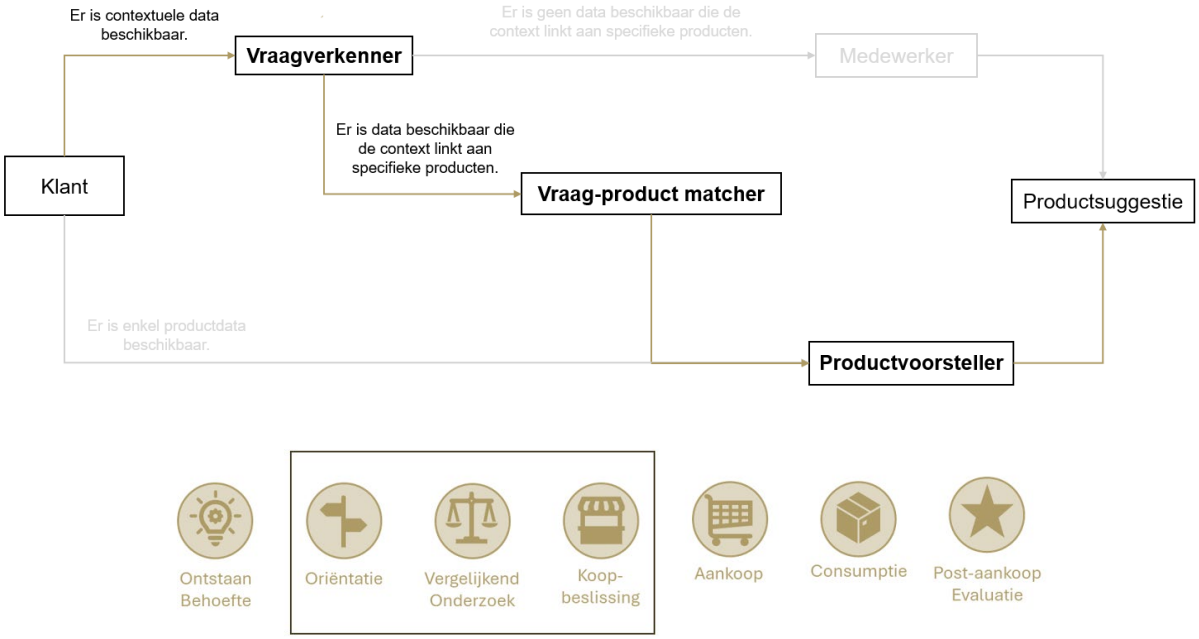
Tijdens dit living lab werd een vraag-productmatcher ontwikkeld om de brug te maken tussen de vraagverkenner en de productvoorsteller. Op die manier kon de input van de klant vertaald worden naar passende productsuggesties.

De focus lag zowel op contextuele data, zoals branding en gewenste gesprekssituaties, als op productdata. Hierdoor kon de AI-assistent niet alleen rekening houden met technische productkenmerken, maar ook met de manier waarop the baby's corner ouders wil begeleiden.

De assistent ondersteunde klanten tijdens belangrijke fases van de customer journey: van oriëntatie en vergelijking tot voorbereiding op de uiteindelijke aankoopbeslissing.

De oplossing functioneerde correct en was in staat om ouders te helpen bij het vinden van een eerste passende selectie kinderwagens of buggy's.

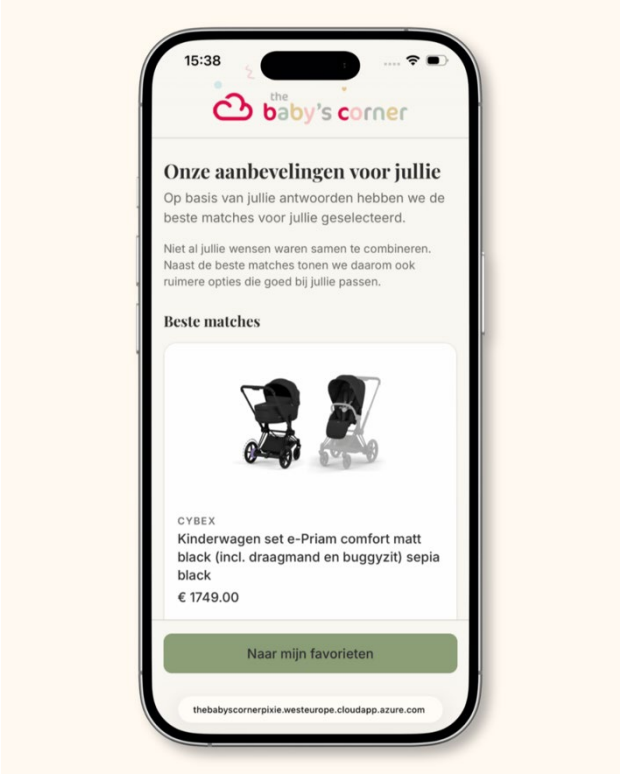
[1] (*) guardrailing: zorgt ervoor dat de assistent zich houdt aan het beoogde gebruiksdomein (bijvoorbeeld productadvies of winkelnavigatie) en niet afdwaalt naar irrelevante, schadelijke of merkschadende antwoorden.



Resultaat en voordelen

De AI-assistent voerde de gesprekken inhoudelijk en technisch correct uit en gaf duidelijke productsuggesties op basis van de input die de klant tijdens het gesprek gaf.

De productsuggesties werden gelinkt aan de website, zodat ouders de voorgestelde kinderwagens en buggy's meteen konden bekijken en, indien gewenst, ook rechtstreeks online konden aankopen. Via een QR-code konden klanten de tool gebruiken op hun eigen smartphone of tablet, thuis of in de winkel. Dat gaf hen de tijd om rustig na te denken over hun antwoorden.



Klanten konden bovendien favorieten bewaren en achteraf opnieuw bekijken. Zo werd de tool niet alleen een hulpmiddel tijdens het keuzeproces, maar ook een voorbereiding op het adviesgesprek met de medewerker.

Voor the baby's corner ligt de meerwaarde vooral in de combinatie van digitale voorbereiding en persoonlijk advies. Ouders komen beter voorbereid naar de winkel, terwijl medewerkers sneller kunnen inspelen op de concrete situatie en vragen van de klant.

Vereisten

- Een **stabiele internetverbinding**, zowel voor de AI-assistent als voor klanten die de tool gebruiken.
- **Voldoende zichtbaarheid** en **actieve communicatie** rond de AI-assistent, bijvoorbeeld via flyers in de winkel, schermen, e-mail, social media en mondelinge introductie door medewerkers.
- Een **duidelijke plaats** binnen de **customer journey**, zodat klanten begrijpen wanneer en waarom de tool voor hen nuttig is.

Key take-aways

Een goed werkende AI-assistent is op zichzelf niet voldoende om gebruik te garanderen. Klanten moeten duidelijk weten dat de tool bestaat, waarvoor hij dient en hoe hij hen kan helpen.

De implementatie in de customer journey is daarom minstens even belangrijk als de technologie zelf. De assistent moet zichtbaar aanwezig zijn en actief worden geïntroduceerd, zowel vooraf via communicatie als tijdens het winkelbezoek.

Daarnaast levert de input van klanten waardevolle inzichten op. Door beter te begrijpen hoe ouders kiezen, welke twijfels ze hebben en welke situaties voor hen belangrijk zijn, kan the baby's corner het advies rond de geboortelijst nog gerichter maken.

Inzichten

Gebruik door klanten

Klanten gebruikten de AI-assistent voornamelijk thuis, onder meer via de QR-code in de afspraakbevestiging. Dat bleek laagdrempelig en gaf ouders de kans om rustig na te denken over hun antwoorden.

In de winkel werd duidelijk dat zichtbaarheid en actieve introductie door medewerkers bepalend zijn voor het gebruik. Een AI-assistent moet niet alleen technisch beschikbaar zijn, maar ook op het juiste moment in de klantreis worden aangeboden.

Privacy-by-design

Om privacy-by-design te waarborgen, werd bewust gekozen om geen persoonsgegevens zoals e-mailadressen op te slaan. In plaats daarvan werkt de tool met anonieme sessiecodes die eventueel aan een medewerker kunnen worden voorgelegd.

Zichtbaarheid is cruciaal

Een AI-assistent die niet zichtbaar is of waar niet duidelijk naar verwezen wordt, zal minder snel gebruikt worden. De fysieke plaatsing, communicatie en rol van de medewerker zijn daarom belangrijke succesfactoren.

Over the baby's corner

The baby's corner is een Belgische baby- en kinderwinkel, opgericht in 1996 door Sonia Pypaert vanuit haar eigen ervaring als jonge mama. Vanuit de fysieke winkel in Nazareth en via de webshop biedt het bedrijf een breed assortiment voor aanstaande ouders en jonge gezinnen, met persoonlijke begeleiding en een zorgvuldig geselecteerd aanbod als centrale uitgangspunten.

De onderneming onderscheidt zich door haar warme winkelervaring, gespecialiseerde begeleiding en maatschappelijke betrokkenheid. Duurzaamheid krijgt onder meer vorm via een eigen eco-friendly label en de selectie van merken met een vergelijkbare visie. Daarnaast zet the baby's corner in op inclusief ondernemerschap, onder meer via samenwerkingen met ortho-agogische centra.

Ook op het vlak van dienstverlening wil the baby's corner verder gaan dan klassieke retail. Zo biedt het bedrijf ouders de mogelijkheid om professionele begeleiding door een vroedvrouw op de geboortelijst te plaatsen. Daarmee positioneert the baby's corner zich niet uitsluitend als retailer, maar als een persoonlijke en betrokken partner tijdens zwangerschap, geboorte en de eerste levensjaren van het kind.

https://thebabyscorner.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