Amsterdam University of Applied Sciences

Sociale robots in de winkel: Wat werkt, wat werkt niet, en wat brengt de toekomst?

Author(s)
Nas, Ewout; Verhagen, Tibert; van de Sanden, Stephanie ; Arnoldy, Jacqueline; Otten, Filip; Hindriks, Koen

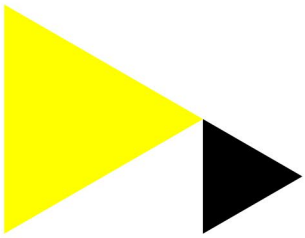
Publication date
2024

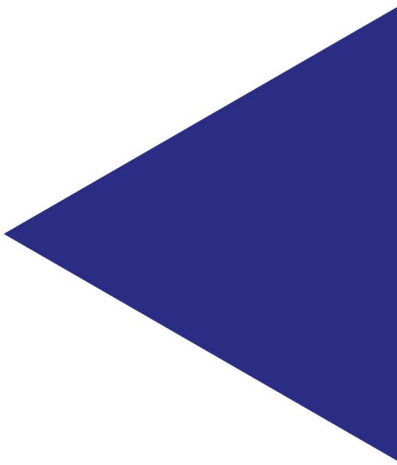
Document Version
Final published version

License
Unspecified

Link to publication

Citation for published version (APA):
Nas, E., Verhagen, T., van de Sanden, S., Arnoldy, J., Otten, F., & Hindriks, K. (2024). Sociale robots in de winkel: Wat werkt, wat werkt niet, en wat brengt de toekomst?. Web publication or website, Retail insiders. https://www.retailinsiders.nl/updates/bericht/sociale-robots-in-de-winkel-wat-werkt-wat-werkt-niet-en-wat-brengt-de-toekomst





General rights
It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations
If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: https://www.amsterdamuas.com/library/contact, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, P.O. Box 19185, 1000 GD Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Download date:17 Nov 2026

Creating Tomorrow

15 Sociale robots in de winkel: wat werkt, wat werkt niet, en wat brengt de toekomst?

Auteurs:	Ewout Nas, Tibert Verhagen, Stephanie van de Sanden, Jacqueline Arnoldy, Filip Otten & Koen Hindriks.
Platform:	Retail Insiders
Gepubliceerd:	31 december 2024
URL:	https://www.retailinsiders.nl/updates/bericht/sociale-robots-in-de-winkel-wat-werkt-wat-werkt-niet-en-wat-brengt-de-toekomst

De afgelopen twee jaar hebben we samen met tien winkeliers onderzoek gedaan naar de toegevoegde waarde van sociale robots. De robots werden in de winkels ingezet voor diverse taken, zoals het ontvangen van klanten, het wijzen van de weg, het verstrekken van informatie en het geven van advies. Aan de hand van de onderzoeksresultaten belichten we waar de grootste kansen voor sociale robots liggen, wat je als winkelier beter kan laten, en welke mogelijkheden de toekomst in petto heeft.

Goede dienstverlening is al jarenlang een kernwaarde voor MKB-winkeliers. Het helpt klanten om makkelijker aankopen te doen, versterkt klanttevredenheid en loyaliteit, en draagt bij aan een hogere omzet. Door personeelstekorten komt deze kernwaarde de laatste jaren echter steeds meer onder druk te staan. Het vinden van gekwalificeerd personeel is een hele uitdaging voor MKB-winkeliers. De kwaliteit van dienstverlening staat hierdoor onder druk. Om deze trend te doorbreken, zoeken winkeliers naar innovatieve oplossingen, zoals sociale robots. Dankzij vooruitgang in kunstmatige intelligentie, spraakherkenning en sensortechnologie worden sociale robots steeds beter in het helpen van klanten. Om te onderzoeken wat de toegevoegde waarde van deze robots is, zetten wij sociale robots in bij vestigingen van Etos, Hubo, Jumbo, PLUS supermarkten, Albert Heijn, OFM., Co van der Horst, Tuincentum Osdorp, Van den Assem, en Kado Tante. Op basis van interviews, vragenlijsten, observaties en analyse van gebruiksdata van de robots trekken wij een aantal conclusies.

Wat werkt?

De geteste sociale robots blijken vooral goed te werken voor eenvoudige en functionele taken, zoals het verwelkomen van klanten, het begeleiden van klanten naar productcategorieën of het geven van advies over praktische producten zoals potgrond of reinigingsmiddelen. Klanten waarderen de robots vanwege hun nut en gebruiksgemak. Klanten die een robot gebruikten, beoordeelden de robots overwegend positief met een gemiddelde score van 4,3 uit 5 sterren. Daarnaast bieden robots enige ondersteuning voor winkelmedewerkers door repetitieve taken over te nemen, zoals het verwelkomen van klanten en het wijzen van de weg, waardoor winkelmedewerkers meer tijd hebben voor het persoonlijk bedienen van klanten. Promotie speelt een cruciale rol in het succes van robots: klanten gebruiken ze vaker als ze weten wat de robot kan, bijvoorbeeld door proactieve aanbevelingen van medewerkers. Dit onderstreept dat goede communicatie en het van het begin af aan meenemen van medewerkers essentieel zijn voor robotsucces. De effectiviteit van sociale robots wordt verder vergroot door ze met name in te zetten in grotere winkels met een breed assortiment (supermarkt, bouwmarkt, tuincentrum, drogist). Hier fungeren ze als een extra hulpbron om klanten sneller te bedienen

Wat werkt niet?

De geteste sociale robots blijken minder geschikt te zijn voor complexere en meer gepersonaliseerde taken. Voor producten waarbij emoties of persoonlijke smaak een rol spelen – zoals het kiezen van een exclusief kledingstuk (kledingwinkel) of een luxe meubelstuk (interieurwinkel) – geven klanten de voorkeur aan interactie met een menselijke medewerker. Dit heeft te maken met het feit dat robots momenteel vooral goed zijn in het geven van objectieve informatie, maar nog moeite hebben met het inspelen op emotionele behoeften en persoonlijke smaken. Daarnaast speelt de fysieke omgeving een belangrijke rol. Smalle gangpaden, drukke winkelindelingen of ongelijke vloeren maken het moeilijk voor robots om vrij te manoeuvreren. Dit kan leiden tot situaties waarin de robot in de weg staat of simpelweg niet functioneel kan worden ingezet. In dergelijke gevallen wekt de robot eerder irritatie dan bewondering op bij klanten en medewerkers. Daarnaast vormen technische tekortkomingen een belangrijk obstakel. Robots die in winkels gebruik moeten maken van instabiele wifi of waarvan de scripts slecht zijn getest, kunnen vastlopen of traag reageren. Dit leidt niet alleen tot frustratie bij klanten, maar het verhoogt ook de werkdruk van medewerkers, die daardoor problemen moeten oplossen in plaats van door de robot te worden ontlast.

Wat brengt de toekomst?

Sociale robots maken een snelle ontwikkeling door en worden steeds beter inzetbaar op de winkelvloer. De nieuwste generatie robots is fysiek groter, waardoor ze beter opvallen en gemakkelijker door klanten kunnen worden gebruikt. Ze krijgen een meer mensachtige uitstraling waardoor klanten ze als sympathieker en geschikter zullen ervaren. Daarnaast zijn ze uitgerust met geavanceerdere sensoren voor soepele navigatie door de winkel en hoogwaardige microfoons waarmee ze zelfs in drukke omgevingen klanten goed kunnen verstaan. Maar de belangrijkste doorontwikkelingen vinden toch wel op het gebied van generatieve AI plaats. Dankzij Large Language Models zoals ChatGPT kunnen sociale robots beter inspelen op complexe klantvragen en kunnen ze op een natuurlijke manier antwoorden. Door een koppeling met het voorraadbeheersysteem van de winkel, kunnen ze advies geven over alle producten die op voorraad zijn, inclusief actuele prijzen en eigenschappen. Dit maakt de nieuwe generatie sociale robots een krachtig hulpmiddel om de klantbeleving te versterken. Voor mkb-winkeliers biedt dit een kans om ondanks personeelstekorten hoogwaardige service te blijven bieden en toekomstbestendig te blijven.

In ons toekomstige onderzoek willen we inzicht bieden in hoe en in welke mate de nieuwe generatie sociale robots in winkels bijdragen aan klant- en medewerkerstevredenheid, en hoe ze waarde kunnen toevoegen voor winkeliers. Winkeliers en technologiepartners die geïnteresseerd zijn in deelname aan ons onderzoek, nodigen we van harte uit om contact met ons op te nemen.