

PERSBERICHT

INNOVATIES MET EEN BEAM ROBOT BIJ PIET ZOOMERS EN INTRATUIN

TMO-studenten doen onderzoek naar extra service en beleving met een Beam robot

Doorn/Wilp/Elst - 2 mei 2017 - TMO Fashion Business School heeft sinds twee jaar een Development Center waarin verschillende innovatieve onderzoeken door TMO-studenten en het bedrijfsleven worden geïnitieerd, vaak in samenwerking met retailers uit verschillende sectoren en technologische bedrijven. Het doel is om samen kennis te ontwikkelen en onderzoeksresultaten te delen met de fashionbranche. Een van die innovaties is de Beam robot van Smartrobot.solutions. Beam is een op afstand bestuurbare robot met een desktop scherm waardoor met mensen gepraat kan worden. Dit voorjaar worden er zowel in de fashionsector (Piet Zoomers) als in de tuinbranche (Intratuin Elst) met deze Beam robot experimenten gedaan.

Bij Piet Zoomers in Wilp testen TMO studenten Amber Willigenburg en Dianne Geesink de Beam robot met klanten in verschillende koopfasen. Dit gebeurt in samenwerking met Bas Zoomers, eigenaar van Piet Zoomers en personal shopper Nynke Politiek. Zo kan de klant bijvoorbeeld vanuit huis met de hulp van een personal shopper in de winkel meekijken via het beeldscherm en zich oriënteren of kleding reserveren. Of een personal shopper die op afstand de klant adviseert bij een aankoop. Ook kan de klant thuis naar een modeshow kijken dankzij een lifestream verbinding met de robot.

Voor Intratuin Elst wordt met softwarebedrijf Vicar Vision samengewerkt. Zij zijn gespecialiseerd in het ontwikkelen van software voor computer- en robottechnologie. Zowel Vicar Vision als Smartrobot.solutions zijn betrokken bij een subsidieproject R3D3 met het doel een robot receptionist te ontwikkelen die klanten kan helpen in verschillende sectoren. Parallel wordt onderzoek gedaan in het technologiemuseum Nemo en de Politieacademie dat door de universiteit Twente wordt uitgevoerd.

TMO-studenten Luca Wingbermhule en Dionne van Eijk onderzoeken bij Intratuin Elst hoe met de Beam robot het koopgemak voor de klant kan worden verbeterd. Zij testen de Beam met klanten in allerlei situaties in de winkel, waarbij degene die de Beam bestuurt op afstand in gesprek kan gaan met klanten en allerlei vragen kan beantwoorden maar ook informatie kan verschaffen. Extra innovatief is dat behalve een dialoog met behulp van het beeldscherm er ook testen worden gedaan waarbij de Beam voorzien wordt van een facereader; software die gezicht, spraak en emoties kan herkennen. Zo kunnen analyses gemaakt worden hoe klanten reageren en hoe hun emoties tijdens het koopproces zijn.

De eerste klantreacties zijn bij beide onderzoeken positief. De definitieve onderzoeksresultaten of robottechnologie klanten stimuleert om fysieke winkels vaker te bezoeken, worden op korte termijn gepubliceerd.