



DJM DIGITAL

# AI voor retailprestaties

De retailsector gaat door een periode van sterke aanpassingen, waarbij AI een cruciale rol speelt. DJM digital helpt zijn partners die uitdaging aan te gaan door het groeipotentieel van hun e-commerce te maximaliseren.



2023 was het jaar nul van een revolutie waarbij AI van een ‘modewoord’ veranderde in een sturende kracht die de hele waardeketen van de detailhandel dooreenschudde. In 2024 zullen AI-oplossingen verder evolueren volgens de bedrijfsbehoeften. Ze zullen onmisbare instrumenten worden voor retailers in het bestendigen van hun groei. De aan de sector inherente uitdagingen zullen rond drie grote thema's draaien: de doorgedreven persoonlijke koopervaring, het gebruik van first-party data en de optimalisering van de activiteiten.

## Persoonlijke koopervaring

De verandering in het koopgedrag markeert een nieuw tijdperk, waarin AI fundamentele ondersteuning kan bieden aan bedrijfsleiders bij het aanpassen van hun strategie. “Wie gebruikers niet de vlotte

ervaring biedt waar ze naar op zoek zijn, brengt de levensvatbaarheid van zijn activiteit sterk in gevaar”, aldus Lola Thans, CBO bij DJM digital.

Met behulp van algoritmen voor machine learning is het mogelijk om voorspellende modellen op te stellen die steunen op het gedrag van gebruikers. Zo kunnen mogelijke frustraties tijdens het aankoopproces worden vermeden. Intelligente zoekmachines, optimalisering van de productvolgorde, aanpasbare inhoud, doelgerichte promoties ... de platforms passen zich in real time aan om gebruikers een unieke ervaring te bieden, waardoor ze snel weloverwogen beslissingen kunnen nemen.

## Gebruik van gegevens

Achter dat toegenomen persoonlijk aanbod gaan bruikbare gegevens en inzichten



CEO Domi Maes, CTO Sébastien Rigaux, CBO Lola Thans, COO Thomas Nyssen

schuil, die met behulp van door AI gestuurde tools direct worden verzameld en geanalyseerd. “Aan de vooravond van het gevreesde cookieless tijdperk bieden die tools een waardevol alternatief om op de verwachtingen van gebruikers afgestemde content te kunnen blijven aanbieden.”

## Optimalisering van de activiteiten

In een context van inflatie, agressieve concurrentie en nieuw consumptiegedrag is het kunnen voorspellen van de vraag, het optimaliseren van de aanvoerketen en het beperken van de retourzendingen uiterst belangrijk. “E-handelaars moeten niet langer reactief werken, dat kan voortaan ook proactief”, stelt Lola.

Voor bedrijfsleiders kan het echter moeilijk zijn om de voordelen van AI te zien. Wie op verouderde methoden terugvalt, loopt echter het risico van een concurrentienadeel tegenover spelers die wel mee zijn met de technologie. Dankzij zijn sterk inzicht in de retailsector kan DJM digital zijn klanten daarin met het nodige pragmatisme begeleiden en de verkoopactiviteiten in een tastbaar concurrentievoordeel omzetten.

## MEER INFORMATIE?

### DJM digital

Luik, Brussel en Antwerpen  
T.: 04 290 50 60  
[www.djmdigital.be](http://www.djmdigital.be)

