

Hoe kunstmatige intelligentie voor concurrentievoor deel zorgt

E-BOOK

Inhoudsopgave

Van klassieke salesstrategie naar data gedreven next best actions	5
Quality control en predictive maintenance in voedselproductie	9
AI-Chatbot en gepersonaliseerde websitecontent voor hogere conversie	11
Slimmere orderplanning met AI	13
En Meer...	14

INLEIDING

Kunstmatige intelligentie of AI draait lang niet alleen om geavanceerde algoritmes in hoogtechnologische sectoren.

Inleiding

Kunstmatige intelligentie of AI draait lang niet alleen om geavanceerde algoritmes in hoogtechnologische sectoren. Vaak zijn het net klassieke organisaties die het meest profiteren van artificial intelligence in hun bedrijf. De toepassingen van AI kunnen erg breed gaan: van kwaliteitscontrole over websiteconversie tot slimmere bezoekplanning voor salesteams.

Deze whitepaper bevat een selectie van praktische AI-cases in bedrijven. We delen de ervaringen van vier organisaties die op kunstmatige intelligentie rekenen om hun business efficiënter en doelgerichter te maken en de werkdruk van het personeel te verlichten.

De businesscases tonen hoe AI een complementaire rol vervult in de bedrijfswereld van vandaag. De kracht van kunstmatige intelligentie zorgt voor concurrentievoordeel, en dat op de meest uiteenlopende manieren.



Case study

**Van klassieke salesstrategie naar data
gedreven next best actions**

Salesteams slimmer aan de slag

De Belgische speler in deze case is een onafhankelijke geneesmiddelenproducent met een uitgebreid eigen productgamma. Het salesteam bestaat uit enkele tientallen medewerkers. Die zijn op hun beurt individueel verantwoordelijk voor de verkoop van geneesmiddelen aan apothekers in een bepaalde regio. Elk lid van het salesteam werkt met strakke verkooptargets, zowel op product- als op apotheekniveau.

In een concurrentiële sector als de farma-industrie vormen salesdoelstellingen uiteraard een belangrijke businessdriver. Voorafgaand aan de implementatie van Trendskout werden de verkooptargets top-down opgelegd. Een honderdtal producten per apotheek en per verkoper waren het streefdoel voor alle salesmedewerkers.

Het bleek onbegonnen werk om de salesmensen gericht aan het werk te zetten op basis van de erg diffuse, moeilijk toegankelijke data uit verschillende systemen. Welke salespersoon kon best welke apotheek bezoeken, en wanneer en met welk product? Ervaren salesmensen konden op hun buikgevoel afgaan, maar vaak bleef het bij het betere giswerk. En daar moest wat aan veranderen.

Het gestandaardiseerde target bleek om verschillende redenen problematisch:

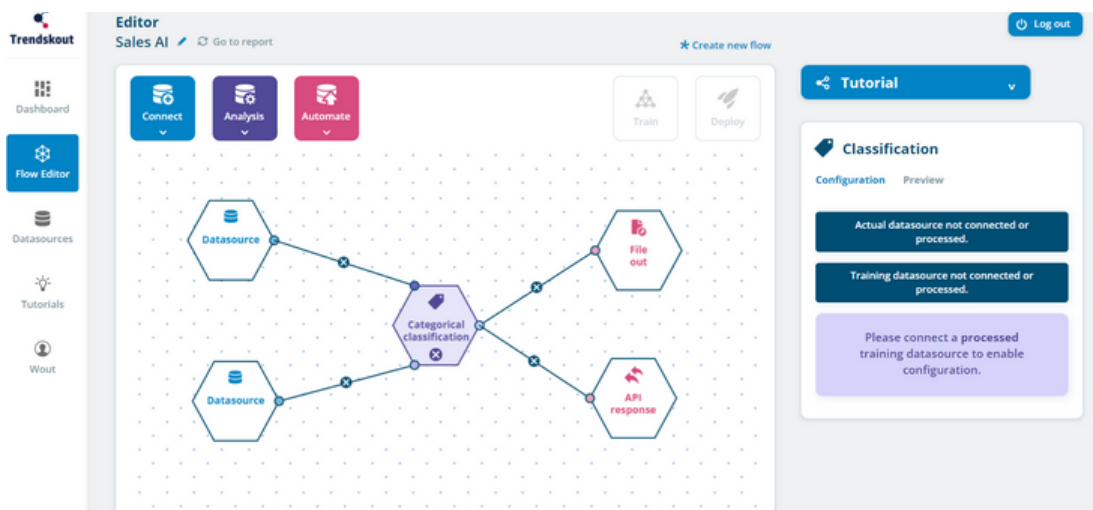
- De geneesmiddelen die het bedrijf verkoopt, zijn per definitie **cyclische producten**. Hoestmiddelen verkopen beter tijdens een nationale griep epidemie, terwijl zonnebrand dan weer onlosmakelijk met de zomer verbonden is. Door de grote variatie aan producten en producttypes in het bedrijf was het echter moeilijk om manueel relevante data bij te houden
- laat staan om er relevante conclusies uit te trekken voor verkooptargets.
- De beschikbare informatie bevond zich erg **verspreid in silo's** doorheen de organisatie. Zowel het CRM, het ERP, spreadsheets als sectorinfo bevatten waardevolle data.
- Afnemers-apothekers voeren onderling een **verschillend aankoopbeleid**. Apotheken kopen hun producten in volgens hun eigen schema en oriënteren zich op uiteenlopende categorieën.
- De tijd die het salesteam aan **verkoopbezoeken** kan spenderen, is beperkt. Elke salesmedewerker bedient een heleboel apotheken in een regio en moet dus keuzes maken.
- Elk product vraagt om een **eigen marketing- en verkoopstijl**. Productspecifieke marketing bleek echter onpraktisch. Het productportfolio was voor de marketeers simpelweg te uitgebreid om voor elk individueel geneesmiddel een communicatiestrategie en positionering uit kunnen te denken die zou aansluiten bij de individuele afnemers.

De oplossing

Het bedrijf klopte aan bij Trendskout om orde te scheppen in het kluwen aan onoverzichtelijke en ongrijpbare parameters én om die vervolgens automatisch te interpreteren. In een eerste fase werd het Trendskout-platform eenvoudig gekoppeld aan het bestaande CRM, waarna de data-overdracht automatisch van start kon gaan.

Op basis van input van het salesteam worden doorlopend nieuwe gegevens verzameld in het CRM. Die data worden vervolgens automatisch samengevoegd met Trendskout Data Prepper.

De continue stroom aan data wordt elke dag opnieuw verwerkt door de Trendskout-software. Die stelt vervolgens salesacties voor met de hoogste kans op een productverkoop. In de praktijk betekent dat een verhoogde efficiëntie van het salesteam. Trendskout analyseert data en vult automatisch de agenda van de verkoopmedewerkers in, op basis van de slaagkans van een bezoek. De verkopers weten dat alle mogelijke factoren in rekening zijn gebracht en kunnen blindelings vertrouwen op de bezoeksuggesties.



Onmiddellijk resultaat

De automatisering leverde meteen harde resultaten op: gemiddeld 12% extra verkoop per productlijn, louter dankzij meer gerichte salesbezoeken. De medewerkers in het salesteam rapporteerden in een interne bevraging ook een hogere jobtevredenheid, dankzij efficiëntere planning en meer succesvolle bezoeken.





Case study

**Quality control en predictive maintenance
in voedselproductie**

Kwaliteitscontrole en machine-onderhoud

De klant in kwestie is een voedselverwerkend bedrijf. Elke dag opnieuw rollen er enorme hoeveelheden fruit en groenten van de band. De kwaliteitsinspectie van dat fruit is één van de belangrijkste processen in de verwerkingsketen. Manuele controle van het fruit is echter een erg monotone taak, waardoor het risico op fouten bij de selectie van fruitsoorten en af te keuren stuks relatief hoog ligt. Daarbovenop is het een klus die personeelsleden weinig voldoening geeft.

Een tweede cruciale factor van het operationele model is het machinepark. Vóór de implementatie van Trendskout hanteerde het bedrijf een klassieke aanpak van periodiek onderhoud. In de praktijk komt dat neer op frequentere servicebeurten dan strikt noodzakelijk, vanwege interne veiligheidsmarges.

Die aanpak zorgt voor een klassiek dubbel kostenplaatje:

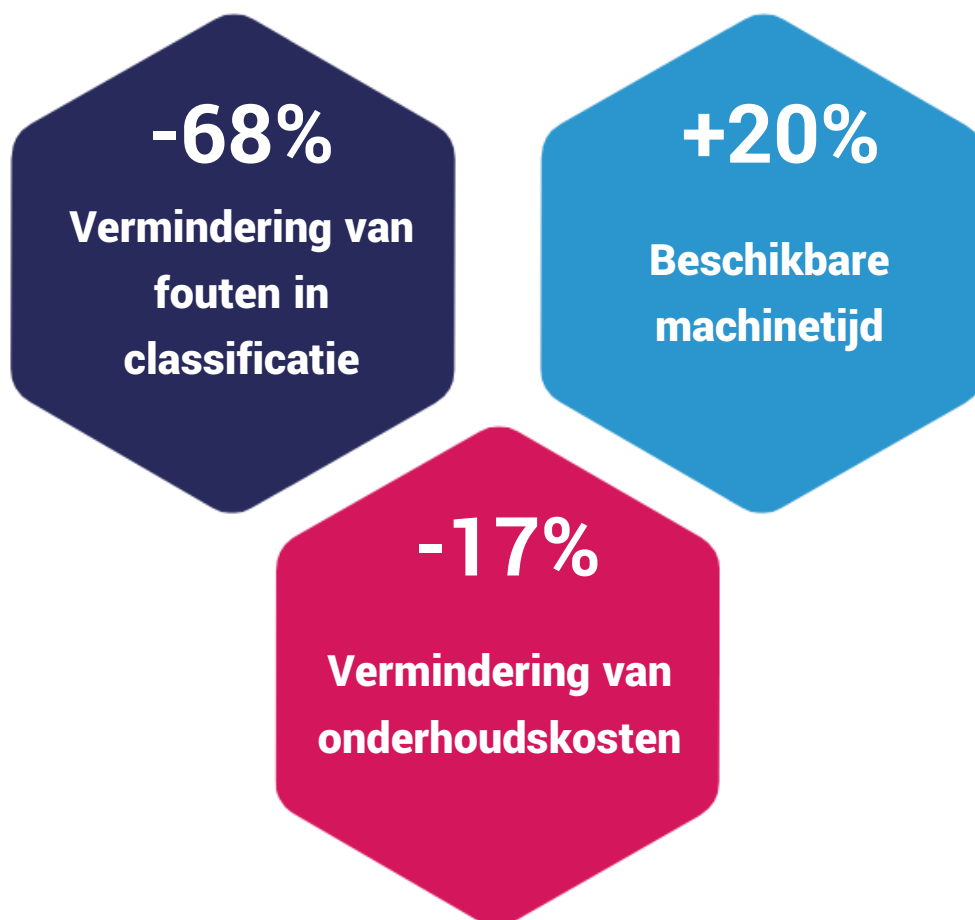
- Directe onderhoudskosten aan de machines,
- Opportuïteitskosten door gemiste werkingstijd tijdens een onderhoud.

De oplossing

We koppelden Trends-kout met een computer vision-systeem voor afbeeldingsherkenning. De lopende band wordt continu gefilmd en vervolgens detecteert Trends-kout de stukken fruit die niet aan de strikte kwaliteitsnormen voldoen. De coördinaten van afgekeurd fruit worden doorgestuurd naar een automatische grijp-arm, die het stuk van de band verwijdert.

De directe onderhoudskosten van het machinepark werden dan weer aangepakt door gericht onderhoud en frequentie-optimalisatie in te voeren, met behulp van Trends-kouts algoritmes. Dat zorgde voor een significante verhoging van de operationele beschikbaarheid van de machines.

Resultaat





Case study

**AI-Chatbot en gepersonaliseerde
website-ervaring voor hogere conversies**

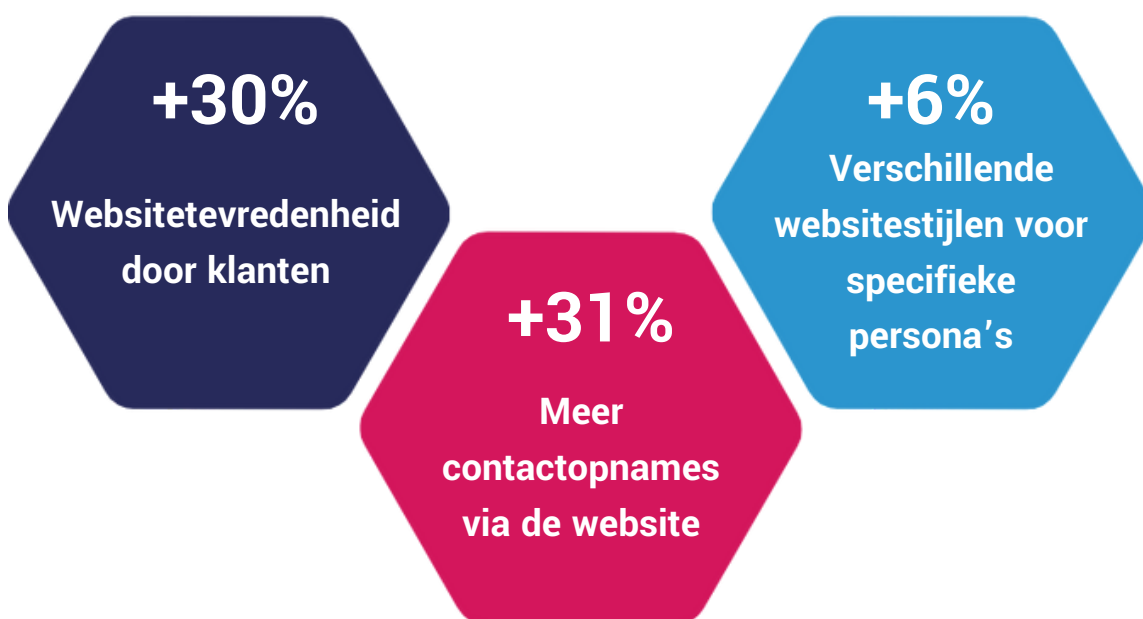
Op zoek naar een customer-centric surfervaring

Deze bouwaannemer voor woonprojecten is vooral actief in de regio's rond Gent en Leuven. De website van het bedrijf kon rekenen op duizenden bezoekers per dag, maar de conversie liet te wensen over. Surfers kwamen niet snel genoeg terecht bij de informatie waar ze naar op zoek waren. De bezoekersprofielen op de website liepen ook erg sterk uit elkaar: jonge gezinnen op zoek naar informatie, ervaren kopers met specifieke vragen, senioren met minder websitetechnische kennis,...

oplossing

In een eerste fase werd een chatbot van Trendskout geïmplementeerd op de bestaande website. Die kon rechtstreeks antwoorden op vragen van bezoekers en hen in de juiste richting op de website sturen. Vervolgens liet het bedrijf de Trendskout Pixel installeren. Dat is een trackingcode die het mogelijk maakt om bezoekersgedrag in kaart te brengen. Op basis van die data kon het Trendskout-algoritme automatisch verschillende bezoekerspersona's opstellen. De verschillende doelgroepen krijgen vervolgens een aangepaste versie van de website te zien, ingesteld op hun behoeftes.

Resultaat





Case study

Slimmere orderplanning met AI

Nood aan een planingsassistent

De chemiereus in deze case beschikt over een planningsteam van meer dan twintig mensen. Hun taak bestaat in het verwerken en vervolgens inplannen van binnenkomende orders in een overkoepelend productieschema. Niet elk order kan zomaar door om het even welke machine worden geproduceerd. De optimale bezetting van het machinepark bepalen, betekent dus een hele uitdaging voor het planningsteam. Dat legde vaak onredelijk veel werkdruk op de medewerkers die elke dag opnieuw een moeilijke organisatiepuzzel moeten leggen.

De oplossing

Het team ging te rade bij het AI-platform van Trendskout. De software wordt nu ingezet om de binnenkomende orders een eerste keer te triëren op basis van planbaarheid en rentabiliteit. Orders die deze eerste screening met succes doorstaan, worden vervolgens doorgestuurd naar het planningsteam voor verdere behandeling. Zo krijgt het planningsteam extra ademruimte om de getrieerde orders effectiever in te plannen. Dat zorgde voor een stijging van de productiebezetting met 24%, wat op zijn beurt de algemene rentabiliteit van het volledige machinepark met maar liefst 10% verhoogde.

Resultaat

