

Automatisierte Gesichtserkennung am Point of Sale

17.2.2020 - Neue und innovative Technologien live zu präsentieren ist ein zentraler Aspekt des Banken-Symposium Wachau 2020. Im Rahmen eines „Instant Workshops“ wird u.a. das Potenzial automatisierter Bilderkennung als ein praktisches Anwendungsbeispiel künstlicher Intelligenz vorgestellt.

Wenn Sie wissen möchten, welche Kundengruppen zu Ihnen an den Point of Sale kommen, welcher Stimmung sie sind, wie sie sich bewegen oder was sie während ihrer Wartezeit machen, dann wäre diese Technologie eine Option, um mehr über Ihre Kunden zu erfahren.

Unter dem Titel „Verbesserung der Kundenerfahrung am Point of Sale mittels automatisierter Bilderkennung“ wird DI Jesus Villar-Rodriguez, Manager Cloud Solutions & DataAnalytics bei The unbelievable Machine Company, zeigen, was in diesem Bereich heute bereits machbar ist.

Die Ermittlung von Länge und Dauer von Kundenwarteschlangen, demographische Analysen, Zufriedenheitsmessungen, Kundenströme oder die Identifizierung von Hotspots. Themen, die das Verständnis über Kundenbedürfnisse verbessern und Ansatzpunkte zur Optimierung der Customer Journey liefern.

Nicht zuletzt können auf der Basis verfügbarer Daten Vorhersagen über künftiges Kundenverhalten getroffen werden. Das wiederum lässt Schlüsse zu über Ressourcen- oder Serviceausstattung bzw. Chancen, den Point of Sale optimal und adaptiv zu gestalten.

Live zu testen am 28. Mai 2020 im Stift Göttweig.