

# Geavanceerde gezichtsherkenning ook toepasbaar in recreatie en toerisme

26-08-2016 10:08

Technologie voor gezichtsherkenning wordt steeds geavanceerder. Dat biedt mogelijkheden voor hotels, pretparken, vliegvelden en andere plekken waar veel mensen samen komen. Bedrijven moeten daarbij echter wel goed nadenken over een fair value exchange. Liefhebbers van science fiction herinneren zich ongetwijfeld een klassieke scene uit Steven Spielbergs film *Minority Report*. Daarin spreken kunstmatig intelligente verkoopassistentes een door een winkelcentrum vluchtende Tom Cruise om de haverklap aan met [gepersonaliseerde productsuggesties](#). Bijna vijftien jaar later is die scene inmiddels geen science fiction meer: [caption id="attachment\_45001" align="alignright" width="300"]



incheck door een robot[/caption] In verschillende hotels zijn soortgelijke scenes daardoor inmiddels alledaagse realiteit. Zo worden arriverende gasten van het [Japanse Henn-na hotel](#) begroet door twee robots, die in staat zijn vaste gasten te herkennen. Na de check-in leidt een zelfstandig navigerende bagagewagen de gasten naar de ingang van hun kamer. Daar vergelijkt de camera naast de deur het gezicht van de gast met de opgeslagen foto in de gastendatabase voor de deur automatisch wordt geopend. **Early adopters** Het Henn-na hotel behoort vooralsnog tot de [early adopters](#). Grote hotelketens experimenteren echter ook volop met soortgelijke toepassingen. Zo bewaakt 'Connie' de ingang van de Hilton R&D-afdeling in Virginia. Deze robot koppelt gezichtsherkenning aan de kunstmatige intelligentie van [IBM's Watson-computer](#). Zo kan Connie bijvoorbeeld vragen of een gast nog trek heeft in zijn lievelingsdrankje of misschien weer gebruik wilt maken van de sauna.



De meeste oplossingen richten zich echter niet op vervangen, maar ondersteunen van medewerkers die veel contact met gasten hebben. Hierbij wordt goed gekeken naar ontwikkelingen in de retailsector. Zo analyseerde [Walmart](#) enkele jaren geleden al geslacht en leeftijd van klanten aan de kassa en wordt het personeel van [Saks Fifth Avenue](#) ingeseind als er 'high value' klanten binnenlopen. De medewerkers krijgen bovendien direct bijbehorende (aankoop)profielen in beeld. Met die informatie kunnen zij de klant beter ontvangen en eventueel op relevante nieuwe producten of aanbiedingen wijzen. **Relevante aanbiedingen** Uit een in 2015 gehouden [enquête](#) blijkt dat met name high end modezaken hier gebruik van maken. Inmiddels nemen [hotels](#) het gebruik van deze technologie over. De mogelijke voordelen voor de travel, leisure en hospitality sector zijn dan ook evident. Dat is in ieder geval de strekking van de [keynote speech die Kees van Donk](#) in Dubai deelde met zijn gehoor van internationale hotelexecutives. Volgens de Director of Hospitality EMEA van de Japanse marktleider NEC kan zo door middel van white- en blacklisting de service aan met name veeleisende klanten verder worden verhoogd, terwijl ongewenste elementen makkelijker buiten kunnen worden gehouden. NEC signaleert dan ook een sterke groei in hotels, maar ook pretparken, vliegvelden en andere reisgerelateerde omgevingen. **Gevolgen voor privacy** Uiteraard roept dat ook reacties op van consumentenorganisaties die zich zorgen maken om privacy. In Amerika werd hier afgelopen maanden al op hoog niveau [over vergaderd](#). De privacy-voorvechters stapten onlangs echter uit het overleg omdat bedrijven als Facebook en Google veel te eenzijdig naar de eigen (financiële) belangen zouden kijken. In een [recente enquête](#) door First Insight geeft 75 procent van alle respondenten aan dat zij winkels die gebruik maken van gezichtsherkenning bij voorkeur zouden mijden. Volgens hetzelfde onderzoek geeft 55 procent vervolgens echter wel aan dat zij wel degelijk openstaan voor de mogelijkheden. Belangrijke voorwaarden: het gebruik moet hen een duidelijk voordeel opleveren en er moet helder en ondubbelzinnig over het gebruik worden gecommuniceerd. Een fair value exchange dus. Voor bedrijven die gezichtsherkenning vanuit deze insteek willen inzetten, liggen momenteel talrijke mogelijkheden in het verschiet. Met dank aan: Stef Driessen, sector banker leisure <https://insights.abnamro.nl/category/sectoren/leisure/> Bewaren