



Casi di innovazione nel commercio

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER NEGOZI ALIMENTARI. CARREFOUR, HOPLA.

a cura di Fabrizio Valente (founder & CEO di Kiki Lab) - Settembre 2024

Sono molti i benefici dell'uso dell'intelligenza artificiale per un'attività commerciale e riguardano aspetti essenziali dell'attività, come la personalizzazione dell'offerta. In questo approfondimento analizzeremo l'integrazione dell'intelligenza artificiale generativa con il sito di ecommerce proposta da Carrefour.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/digitale/intelligenza-artificiale-per-negozi-alimentari-carrefour-hopla/>

Parliamo del progetto Hopla di Carrefour, il colosso francese della GDO che è da tempo presente anche in Italia. Il gruppo si è sempre distinto per **continuare a sperimentare innovazioni nella propria attività**, consapevole che anche un leader non può mai fermarsi, **visto che i clienti evolvono e la competizione cresce** quotidianamente. Negli ultimi tempi l'azienda ha investito molto nelle tecnologie di ultima generazione, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza dei clienti e contenere i costi del personale.

Nel 2023 ha, quindi, lanciato in Francia Hopla, un **personal shopper digitale con cui i clienti hanno la possibilità di comunicare, per ricevere consigli e creare il proprio carrello della spesa**, riuscendo ad avere un'esperienza fluida e soluzioni complete.



Il progetto si basa sull'**integrazione dell'intelligenza artificiale generativa**, basata su Chat GPT4, **con il sito di ecommerce** di Carrefour.

In base alle richieste del cliente, Hopla suggerisce una selezione di prodotti da inserire nel carrello e offre consigli anche per le ricette. In modo coerente con l'impegno messo in campo da Carrefour da molti anni per guidare i clienti verso stili di alimentazione sana e comportamenti sostenibili, Hopla è programmata per consigliare innanzitutto i prodotti in linea con questo approccio.

Come con un personal shopper il cliente è libero di chiedere quello che vuole: un prodotto specifico, gli ingredienti di un piatto specifico, ad esempio 'una pasta al pesto per 4 persone', o anche un suggerimento di ricetta a partire dai prodotti già disponibili in frigo, utile anche a far diminuire lo spreco di cibo.

I consigli si traducono in modo immediato in una lista di prodotti inseriti nel carrello dell'ecommerce: il cliente così velocemente li valuta e li conferma, eliminando eventualmente quelli di cui è già in possesso o chiedendo alternative a quelli suggeriti. Hopla è anche molto veloce a fornire alternative in caso di prodotti chiesti dal cliente, ma non disponibili.

Naturalmente **con i clienti fedeli, disponendo delle informazioni sullo storico degli acquisti**, Hopla identifica stili di vita e stili alimentari, composizione del nucleo familiare, eventuali allergie e intolleranze, e fornisce **consigli sempre più personalizzati**. Grazie a Hopla il tasso di abbandono del carrello online è stato ridotto notevolmente e i servizi di ecommerce e clicca e ritira hanno attratto anche nuovi target di clientela.

Stimoli per gli imprenditori

- Cercare di **conoscere in modo sempre più approfondito i clienti**, le loro abitudini, esigenze e preferenze. **Così si facilitano i consigli personalizzati** e la fidelizzazione del cliente, che si sente compreso e 'a casa';
- **Semplificare l'esperienza dei clienti.** Ad esempio, senza arrivare agli investimenti necessari per l'uso dell'intelligenza artificiale, il canale WhatsApp, se usato bene, sfruttando anche le sue ultime evoluzioni, offre opportunità molto interessanti;
- **Guidare i clienti verso scelte consapevoli, salutari e sostenibili**, è sempre più importante.



Fonti per le immagini:

elenabsl da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Il Negozio alimentare - 2a edizione](#) scritta da Confcommercio e Fida, Aprile 2018.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, in formato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.