

# Agentic Readiness voor e-commerce

*Hoe zorg je dat jouw  
stack, data en  
productinfo klaar zijn  
voor AI-agents?*

Lewis Voncken

# Jouw klant typt niet meer. Zijn agent koopt.

Stel je voor: een klant typt niet meer “zwarte winterjas heren sale” in Google. In plaats daarvan instrueert hij zijn AI-assistent: “Zoek een duurzame winterjas onder de €200, levering voor dinsdag.” De agent doet de rest. Hij vergelijkt specs, toetst voorraad, evalueert je spaarprogramma en plaatst de bestelling. Zonder dat jouw webshop ook maar één keer bewust door een mens is bezocht.

Dit is geen sciencefiction; dit is agentic commerce. Naar verwachting is in 2028 één op de vijf klantinteracties in retail machinaal. De Europese markt staat nu aan het begin van die curve, wat dit hét moment maakt om te handelen.

Wie nu zijn datafundament en technische architectuur op orde brengt, pakt een voorsprong die voor de concurrentie onmogelijk in te halen is. Ontdek hoe je jouw platform klaarstoomt voor een wereld waar de machine het werk doet, maar jij de vruchten plukt.



**Lewis Voncken**

Innovation business partner

‘Agentic commerce  
verandert niet alleen hóé  
mensen kopen; het  
verandert wíé er koopt. Is  
jouw webshop klaar voor  
de agent?’

– Lewis Voncken



# Vijf niveaus van autonomie

Agentic commerce is geen aan/uit-schakelaar. Onderzoeker Scot Wingo beschrijft vijf niveaus van autonomie, van volledig mensgestuurd tot volledig agent-gestuurd.

1

## Niveau 1 - AI als zoekassistent

De consument zoekt via ChatGPT of Gemini in plaats van Google. De AI geeft productaanbevelingen, maar de consument klikt zelf door naar de webshop en rondt de aankoop af.

2

## Niveau 2 - AI als vergelijker

De AI stelt een shortlist samen, vergelijkt specificaties, prijzen en levertijden en presenteert een aanbeveling. De consument neemt de eindbeslissing, maar het voorwerk is gedaan.

3

## Niveau 3 - AI als samensteller

De AI bouwt een complete oplossing op basis van een complexe vraag: "Stel een thuiswerkplek samen voor €1.500." De agent selecteert, combineert en legt de keuze ter goedkeuring voor.

4

## Niveau 4 - AI als uitvoerder

De consument stelt regels in: "Als mijn favoriete sneakers onder €120 komen, koop ze dan direct." De agent handelt autonoom binnen die kaders, zonder tussenkomst.

5

## Niveau 5 - AI als autonome beheerder

De agent beheert aankopen zelfstandig en proactief: babyspullen aanvullen, abonnementen beheren, seizoensgebonden vervangingen regelen zonder dat de consument het initiatief neemt.

Hoewel 99% van de interacties nu nog op niveau 1 en 2 zit, verschuift de markt in 2026 razendsnel naar niveau 3 en 4. Deze trend is urgent omdat agents geen geduld hebben voor marketingteksten; ze eisen gestructureerde data. We bewegen fundamenteel van een internet voor mensen naar een internet voor machines. Organisaties die nu investeren in deze interoperabiliteit beschermen hun toekomstige marktaandeel. De vraag is niet of de agents komen, maar of jouw platform hun taal spreekt.

# De onzichtbare barrières voor AI-agents

Wie met e-commerce managers spreekt, hoort vaak dezelfde zorg: “We weten dat het eraan komt, maar we weten niet waar we moeten beginnen.” Die onzekerheid is logisch. Agentic commerce stelt eisen die verder gaan dan een nieuwe plugin; het raakt het fundament van je organisatie.

## Productdata die niet geschikt is voor machines

AI-agents scannen op harde feiten: materiaal, levertijd, compatibiliteit. Bestaat je informatie uit marketingteksten zonder gestructureerde attributen? Dan valt je product gegarandeerd af. Inconsistente eenheden en verouderde PIM-data zijn in een agentic wereld absolute showstoppers.

## Een technische stack die niet klaar is voor agents

Agents eisen real-time data via API's. Veel platforms zijn gebouwd voor menselijk browsergedrag, niet voor programmatische bevraging. Zonder open API's of schema.org-markup is je shop onzichtbaar voor een agent. Ook traditionele zoekfuncties schieten tekort; machines verwachten semantisch begrip van natuurlijke taal, geen simpele keyword-matching.

## Het verlies van directe klantinteractie

Wanneer een agent de aankoop afhandelt, verlies je het directe contactmoment. Er is geen browse-gedrag om te analyseren en geen retargeting-pixel die vuurt. Voor marketingmanagers is dit de grootste uitdaging: de klantrelatie wordt gemedieerd door een derde partij. Wie dit niet anticipeert, verliest niet alleen conversie, maar ook de grip op zijn data.



# De route naar Agentic Readiness

Agentic Readiness is een strategisch groeipad. Winnaars wachten niet op de perfecte oplossing, maar leggen nu het fundament. Dat begint bij inzicht en eindigt bij een architectuur die meebeweegt met de technologie van morgen.

## Stap 1: De Agentic Readiness Scan

1

Alles begint met een eerlijke nulmeting op vier dimensies: datakwaliteit, technische architectuur, zoekbaarheid en klantstrategie. Geen lijvig rapport, maar een heldere scorecard en een geprioriteerde backlog waar je morgen mee aan de slag kunt.

## Stap 2: Productdata optimalisatie

2

Agents zoeken op harde feiten: materiaal, levertijd, compatibiliteit. Wij auditen je datastructuur en verrijken je PIM met gestandaardiseerde attributen. Het doel is simpel: jouw volledige assortiment machineleesbaar en dus vindbaar maken.

## Stap 3: API-first en headless architectuur

3

Webshops zijn gebouwd voor browsers, maar agents praten met API's. Door de juiste endpoints open te zetten en gestructureerde data (schema.org) toe te voegen, maken we jouw voorraad en prijsdata real-time bevroegbaar voor machines.

## Stap 4: Conversational search en semantische vindbaarheid

4

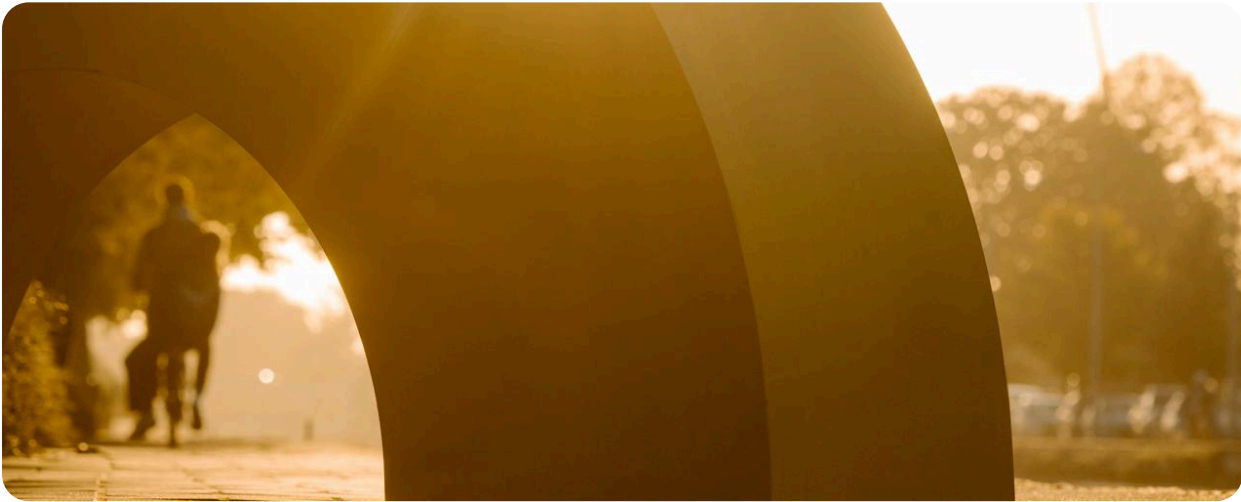
Keyword-matchers begrijpen geen natuurlijke taal. De stap naar vector-search maakt je catalogus begrijpelijk op basis van intentie. Zo vindt een agent wél dat "feestelijke horloge voor een diner", ook als die exacte woorden niet in de titel staan.

## Stap 5: Strategie voor de agent-gedreven klantrelatie

5

Hoe blijf je loyaal als een agent de tussenpersoon is? Wij bouwen aan first-party datastrategieën en loyaliteitsmodellen die niet afhankelijk zijn van clicks, maar van directe waarde-uitwisseling in een agent-wereld.





## Jouw e-commerce fundament

Er zijn genoeg bureaus die je vertellen dát agentic commerce eraan komt, maar het verschil zit in wie je helpt om er daadwerkelijk klaar voor te zijn. Bij Happy Horizon combineren we strategie en techniek onder één dak, zodat een Agentic Readiness Scan niet eindigt in een stoffig rapport maar in een backlog die we direct uitvoeren. Of het nu gaat om het verrijken van 40.000 productattributen of het bouwen van een API-laag: het advies en de executie komen uit hetzelfde team.

Onze kracht is gebouwd op de e-commerce realiteit van retailers en D2C-merken. We kennen de druk van seizoenspieken en complexe assortimenten van binnenuit. Onze specialisten werken dagelijks in platforms als Shopify, Shopware, Magento en composable stacks, waardoor ons advies nooit theoretisch blijft. Wij weten simpelweg wat wél werkt in de praktijk en wat niet.

Daarbij sturen we op marge en conversie, niet op buzzwords. Als een opgeschoonde productfeed in jouw situatie op dit moment slimmer is dan een complexe AI-agent, dan zeggen we dat eerlijk. Liever een realistische eerste stap die direct resultaat oplevert dan een ambitieus plan dat strandt bij de eerste sprint.

We zien Agentic Readiness niet als een eenmalig project, maar als een groeipad. We denken met je mee over de roadmap van 2026 én die van 2028, zodat je niet achter de feiten aanloopt maar de regie houdt over je eigen commerciële toekomst.



# Klaar om de transitie te maken naar agent-gedreven verkoop?

Plan een vrijblijvende afspraak met onze experts en neem vandaag de regie over de klantreis van morgen.



**Lewis Voncken**

✉ [lewisvoncken@happyhorizon.com](mailto:lewisvoncken@happyhorizon.com)

📅 Of plan hier een afspraak in

**happy  
horizon**