

Sztuczna inteligencja i nowoczesne rozwiązania IT w służbie e-commerce

Choć dla wielu z nas sztuczna inteligencja (SI) kojarzy się z science fiction i robotyką, staje się coraz większą częścią naszego codziennego życia. Systemy naśladujące ludzki intelekt są jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się ogniw współczesnej technologii. Badania przeprowadzone przez firmę Gartner wskazują, że w ciągu ostatnich czterech lat można było odnotować prawie trzykrotny wzrost firm wdrażających najnowsze rozwiązania techniczne.



Jarosław Jasiński

właściciel, SuperNova Interactive

Servion Global Solutions przewiduje zautomatyzowanie nawet 95 proc. interakcji z klientami, a odróżnienie bota od konsultanta telefonicznego może stać się niemożliwe. Czy sztuczna inteligencja ma potencjał na zastąpienie człowieka i jakie rozwiązania nam oferuje?

Sztuczna inteligencja jako megatrend przyszłości

Według agencji badawczej Grand View Research, wartość rynku sztucznej inteligencji na świecie w 2020 r. wynosiła ponad 62,35 mld dolarów i prognozuje się, że do 2025 r. wzrośnie do ponad 190 mld dolarów, co oznacza ponad trzykrotny wzrost. SI jest już dziś megatrendem przyszłości, który obejmują coraz więcej dziedzin życia i światowej gospodarki. Nie inaczej jest w przypadku branży e-commerce, w której jest wykorzystywana coraz częściej i obejmują kolejne aspekty funkcjonowania wirtualnych sklepów. Przyjrzyjmy się bliżej obszarom handlu o największym potencjale dla rozwoju sztucznej inteligencji.

Przed wszystkim SI może ułatwiać klientom otrzymywanie spersonalizowanych ofert. Algorytmy analizują dane klientów, takie jak historia zakupów, preferencje i wcześniejsze interakcje z witryną, aby precyzyjnie dobrać ofertę

i rekomendować produkty trafiające w gusta odbiorców. Innym przykładem zastosowania SI jest predykcja zachowań klientów takich jak skłonności do kupowania określonych produktów, czy też rezygnacji z zakupów oraz jej powodów. Nie mniej ważna jest też analiza opinii klientów, algorytmy mogą być używane do automatycznego przetwarzania opinii, aby lepiej zrozumieć potrzeby i preferencje kupującego oraz ulepszyć produkty i usługi.

Analiza aktywności klientów w czasie rzeczywistym

Jedną z najważniejszych zalet stosowania SI w e-commerce jest to, że może ona przewidywać ruch w sklepie oraz wspomagać optymalne rozmieszczanie towarów na półkach. Systemy bazujące na sztucznej inteligencji potrafią ana-

lizować miliony aktywności użytkowników w czasie rzeczywistym, co pozwala na szybkie reagowanie na potrzeby i preferencje klientów. SI może być idealnym wsparciem zarówno dla e-sklepów, jak i operatorów logistycznych. Dzięki temu sklepy internetowe mogą lepiej dopasowywać swoją ofertę – przekłada się to na wyższą efektywność i lepsze wyniki sprzedaży.

Kolejnym usprawnieniem zapewnianym przez SI jest automatyzacja procesów logistycznych, w których może być wykorzystywana do planowania tras, prognozowania popytu oraz optymalizacji przestrzeni magazynowych. Pozwala także na stałą aktualizację dostępności towarów oraz możliwości ich zakupu i odbioru. Dotarliśmy do momentu, w którym cechą przewagi konkurencyjnej w e-commerce jest nie tylko cena, ale także czas i forma dostawy towaru. Sklepy wdrażają już rozwiązania zapewniające dostarczenie produktów nie tylko na następny dzień, ale już na następną godzinę. Pojawiają się nowe formy dystrybucji typu „Pick it in next Shop” (Wybierz w innym sklepie), „Pick it in next Place” (Wybierz w innym miejscu) lub „To Door” (Pod drzwi). Nowoczesne formy dostawy wymagają zazwyczaj reorganizacji magazynów i sposobów transportu, w czym może pomóc właśnie sztuczna inteligencja.

Kolejnym przykładem jest zastosowanie SI do generowania dowolnej i unikalnej grafiki. Rozwiązania typu DALL-E oraz MidJourney potrafią już konkurować z pracami profesjonalnych grafików i wygrywać konkursy. Do rozwiązania pozostaje jeszcze kwestia praw autorskich do tak wygenerowanego obrazu, ale postęp w tym zakresie wydają się nieuniknione. Narzędzia tego typu mogą nadawać się idealnie w marketingu i promocji sklepu, gdzie błyskawiczny dostęp do świeżych i atrakcyjnych grafik jest kluczowy. Nie bez powodu środowisko artystów wystosowało pozew przeciwko twórcom SI, uzasadniając, że sposób, w jaki sztuczna inteligencja została wyrenowana, narusza ich prawa własności intelektualnej. Kwestia rozstrzygnie się na drodze sądowej, ale faktem jest, że sztuczna inteligencja potrafi konkurować z zawodami, które dotychczas uważane były za niezastępowalne przez maszynę, czy algorytm.

Automatyzacja sprzedaży bez zaangażowania człowieka

SI idealnie nadają się także do automatyzacji obsługi klienta, gdzie sprawdza się w rozwiązywaniu najczęściej pojawiających się problemów, odpowiada na pytania, czy udziela rekomendacji produktowych. Ogromną popularność w ostatnim czasie zdobywa

ChatGPT, który jest czymś znacznie więcej niż komunikatorem, ponieważ korzystając z zasobów internetu, pozwala zredagować lub streścić ekspercki artykuł naukowy, a nawet wspiera w programowaniu i poprawia błędy. Sztuczna inteligencja ma w tym zakresie coraz więcej zastosowań i jest tylko kwestią czasu kiedy firmy z branży e-commerce zaczną ją wykorzystywać do nowych i innowacyjnych zadań. Nowoczesne technologie podobne do ChatGPT mają potencjał, aby zrewolucjonizować sposób interakcji z klientem.

Eksperti coraz częściej wskazują, że w przyszłości możemy spodziewać się pełnej automatyzacji w branży e-commerce. Gartner przewiduje, że już niedługo 85 proc. interakcji z klientami będzie zarządzane bez jakiegokolwiek zaangażowania człowieka. W konsekwencji kontakt z kupującym może być całkowicie automatyczny i obsługiwany przez algorytmy sztucznej inteligencji. Nie bez powodu światowymi liderami we wdrażaniu rozwiązań SI w branży e-commerce są największe korporacje technologiczne, czyli Amazon, Apple, Google, IBM, Intel oraz Microsoft. Wiele danych wskazuje, że SI jest trendem, który będzie rozwijał się niezwykle dynamicznie i wpłynie na sposób, w jaki dokonujemy zakupów.

