**Rola sztucznej inteligencji w e-commerce**

***Automatyzacja procesów, lepsze planowanie i oszczędność czasu***

Jak wynika z badania SearchNode, aż 96% właścicieli sklepów online wierzy, że sztuczna inteligencja wywiera pozytywny wpływ na ich biznes. Narzędzie ChatGPT zdominowało w ostatnim czasie narrację w branży nowych technologii i Internetu. Swoją odpowiedź na oprogramowanie oparte na AI już szykuje Google. Amerykański gigant planuje launch autorskiej aplikacji Bard. Zmiany, czekające globalną gospodarkę, są nieuniknione i nie ominą również sektora e-commerce, który już teraz jest jednym z głównych beneficjentów wszechobecnej digitalizacji.

Sztuczna inteligencja to zdolność maszyn do wykazywania ludzkich umiejętności, jak rozumowanie, zdolność do nauki, planowania oraz kreatywność. W dużym uproszczeniu, AI zastępuje pracę ludzkiego umysłu. Za większość cyfrowych rozwiązań odpowiada uczenie maszynowe, czyli charakterystyczna dla systemu komputerowego zdolność samodzielnego uczenia się. Koncentruje się wokół tzw. Big Data – zebrane dane są w pierwszej kolejności opracowywane, a następnie na ich podstawie tworzy się odpowiednie algorytmy i modele. Dzięki zaawansowanej analizie, maszyna potrafi nie tylko zrealizować konkretne zadania, ale także zmierzyć się z zupełnie nowym problemem.

**Wiodąca rola w gospodarce**

Firmy działające w branży e-commerce coraz częściej sięgają po machine learning, realnie poprawiając wyniki sprzedaży. Jeszcze do niedawna tego typu narzędzia były zarezerwowane wyłącznie dla biznesowych liderów. Obecnie nie brakuje zoptymalizowanych rozwiązań dla mniejszych podmiotów, co sprawia, że sztuczna inteligencja zaczyna odgrywać wiodącą rolę w całej gospodarce. W e-commerce wirtualni asystenci oraz chatboty są już właściwie podstawowym standardem.

Światowy rynek sztucznej inteligencji jest jednym z najszybciej rozwijających się. Dla zdecydowanej większości firm AI stanowi priorytet w określaniu planów oraz kierunków rozwoju. Jej wpływ możemy już teraz zaobserwować na wielu płaszczyznach. Wystarczy wspomnieć o branży medycznej, finansowej, przemysłowej oraz logistycznej. To jednak dopiero początek, tym bardziej że przewidywany wzrost rynku sztucznej inteligencji w 2027 roku może przekroczyć wartość 407 bln USD. Tylko w ubiegłym roku był natomiast wart 86,9 bln USD.

**Neutralność oraz szybkość działania**

Największą zaletą sztucznej inteligencji w e-commerce jest oszczędność czasu oraz pieniędzy. Implementacja wielu tego typu narzędzi wspiera ograniczanie kosztów osobowych. Neutralność oraz szybkość działania mechanizmów AI wpływa z kolei korzystnie na doświadczenie użytkownika, który niemal od ręki otrzymuje odpowiedź na pytanie lub rozwiązanie problemu. Dzięki temu, że do konsumenta trafia spersonalizowana oferta lub treści oparte o jego preferencje czy poprzednie zakupy, rośnie szansa, że finalnie zdecyduje się on na transakcję. Dzięki zbieraniu danych użytkowników, można dostosować oraz sprofilować między innymi rekomendacje produktowe, przekaz reklamowy lub oferty specjalne. To z kolei wspiera sprzedaż i przekłada się na skuteczniejszą konwersję.

Miliardy kliknięć, miliony zawieranych transakcji i tysiące sklepów online – kompleksowa weryfikacja wszystkich danych bez wątpienia stanowi olbrzymie wyzwanie. Sztuczna inteligencja jest zatem kluczowa w analizie takiej ilości informacji. Ułatwia nie tylko pozostanie na bieżąco z wymaganiami rynku, ale nawet wyprzedzić dopiero nadchodzące trendy.

***Łukasz Łukasiewicz***

***Operations Manager***

***SwipBox Polska***