

Jak ALZURA Tyre24 korzysta ze sztucznej inteligencji?

OGUMIENIE WARTO WIEDZIEĆ 6 dni temu 23.05.2023, ~ Rafał Dobrowolski Czas czytania 2 minuty



Platforma B2B dla rynku wtórnego części samochodowych, ALZURA Tyre24, w ciągu ostatnich miesięcy zwiększyła zastosowanie sztucznej inteligencji (AI), aby móc jeszcze bardziej indywidualnie dotrzeć do klientów i optymalnie przedstawiać produkty. Sztuczna inteligencja jest już skutecznie stosowana do optymalizacji wysyłki newsletterów.

Oprogramowanie analizuje zainteresowania odbiorców i dostosowuje treści indywidualnie. Do tego używana jest logika matrycy z około 480 połączeniami i dynamiczne elementy zastępcze. Od niedawna wykorzystywany jest również chatbot ChatGPT.

AI jest wykorzystywana do indywidualnego dotarcia do klientów na platformie. W tym celu firma stworzyła macierz z różnymi, jasno zdefiniowanymi typami odbiorców na podstawie modelu 4-kolorowego. Są one dzielone na klientów nastawionych na fakty, emocjonalnych, nastawionych na bezpieczeństwo i nastawionych na przyszłość, w zależności od typu osobowości. Na podstawie tej klasyfikacji AI tworzy tekst najlepiej odpowiadający danemu typowi. Klient ma zobaczyć tylko treści, które są dokładnie dopasowane do niego, geograficznie i nawet sposób w jaki są prezentowane.

W przypadku wyboru produktów klienci biznesowi na platformie mają wolny wybór. Rekomendacje są udzielane delikatnie. W przypadku sektora B2B klient zazwyczaj dokładnie wie, czego szuka. Firma stawia więc na optymalną funkcjonalność platformy, taką jak dobrze działające autouzupełnianie podczas wyszukiwania produktów i ciągłą analizę zachowania klienta. Słowa kluczowe, które nie dają odpowiednich wyników, są dokładnie analizowane i optymalizowane, aby pokazywać klientom odpowiednie kategorie produktów.

Firma podkreśla jednak, że w przeciwieństwie do Amazona nie udziela rekomendacji sprzedawców. To nie ma sensu w sektorze B2B, a decyzja o tym, który produkt kupić u którego sprzedawcy, należy wyłącznie do klienta.

Kupujący sprzedawcy na platformie mogą sortować dostawców według najtańszych lub najszybciej dostarczających i wybierać odpowiedniego sprzedawcę dla siebie.

- Wykorzystanie sztucznej inteligencji pokazuje, że indywidualne podejście i ciągła analiza zachowania klientów w handlu elektronicznym są niezwykle ważne. Jesteśmy dumni z faktu, że zawsze zapewniamy naszym klientom optymalne doświadczenie zakupowe i dlatego w przyszłości będziemy jeszcze bardziej stawiać na innowacyjne technologie - powiedział Michael Saitow, CEO i założyciel ALZURA AG.

Fot. ALZURA AG /ALZURA Tyre24