



2024KO AZAROA

Enfoka-Trends

Can I help you?: Adimen artifizialaren aplikazioak retail-ean

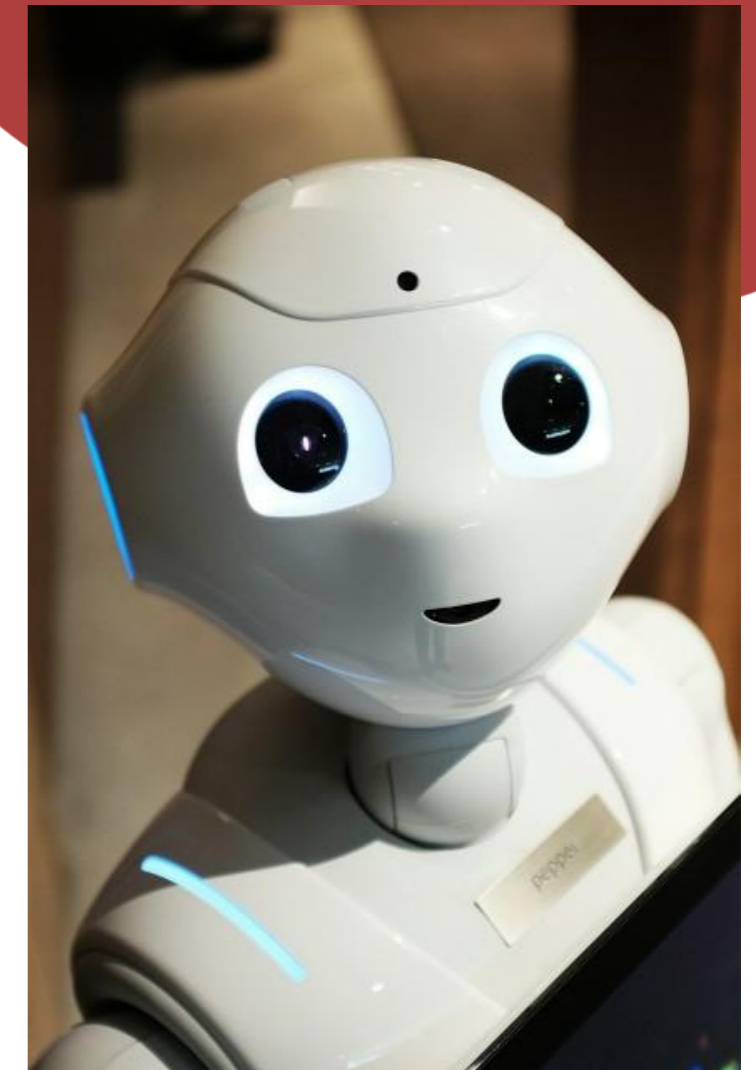
Can I help you?: Adimen artifizialaren aplikazioak retail-ean

Retail-ean adimen artifiziala erabiltzeak sektorea iraultzea agintzen du, kontsumitzaileen beharretara zehatzago egokitu ahal izateko eta retailer-ei negozioaren mesederako eta salmentak handitzeko erabakiak hartzeko aukera emateko.

Bezeroengana hurbiltzea, eskaintza pertsonalizatuak proposatzea edo haien beharrak unean bertan ezagutzea adimen artifizialak eskaintzen dituen abantailetakoa bat besterik ez da. Hala ere, IAk ezin du bere kabuz funtzionatu, datuen analisia marketin digitaleko eta adimen aurreratuko teknologiekin konbinatu behar da.

Adimen artifiziala erabiliz, datuak ezagutza bihurtzen dira, merkataritzak emaitza ekonomiko hobekak lortzeko erabakiak har ditzan. Izan ere, datuak XXI. mendeko petrolioia dira, eta gure bezeroen portaerari eta ohiturei buruzko datu onak izanda bakarrik atera ahal izango diogu etekinik handiena IAk eskain diezagukeenari.

Bezeroen datu-base on bat sortzeko lanean ari den saltoki oro, CRM teknologia erabiliz, zeina saltokiko terminalerako bezeroen moduluan txertatuta baitago, datu horiek kudeatzeko posizio abantailatsuan abiatuko da bere lehiakideen aurrean, etorkizun hurbilean IA bere negozioan ezartzeko orduan.



[Alex Knight](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Can I help you?: Adimen artifizialaren aplikazioak retail-ean

Retail sektorean adimen artifiziala erabiltzea funtsezkoa da bezeroentzako esperientzia pertsonalizatuak sortzeko, diru-sarrerak handitzeko aukerak sortzeko eta merkatariari merkatuko egoera eta joeretara azkar egokitze aukera emateko, lehiakideengandik bereizteko.

Pixkanaka-pixkanaka, adimen artifizialaren eta datu-analitikaren erabilera nagusitzen ari da txikizkako merkataritzan; izan ere, erabilera horrekin hobeto uler daitezke bezeroen joerak, portaerak eta itxaropenak.

Analitika eta adimen artifiziala erabiltzeak kontsumitzailearengana gehiago hurbiltzeko aukera emateaz gain, retail sektoreko enpresek eskariaren gailurrei aurrea hartzeko edo produktuen prezioei buruzko erabakiak hartzeko aukera ere ematen du. Era berean, iragartzeko analitikari esker, hobeto kudea daitezke produktuaren izakinak, eta estrategia omnikanal eraginkorragoa ezar daiteke bezeroekin konektatzeko.

Era berean, gehien itzultzen diren produktuak, mundu digitalean irteera onena dutenak eta produktu fisikoak ere zehatz ezagutu daitezke. Gainera, bezeroen trafiko handiko eta txikiko aldietako salmenten errendimenduari buruzko datu zehatzagoak eskura daitezke.



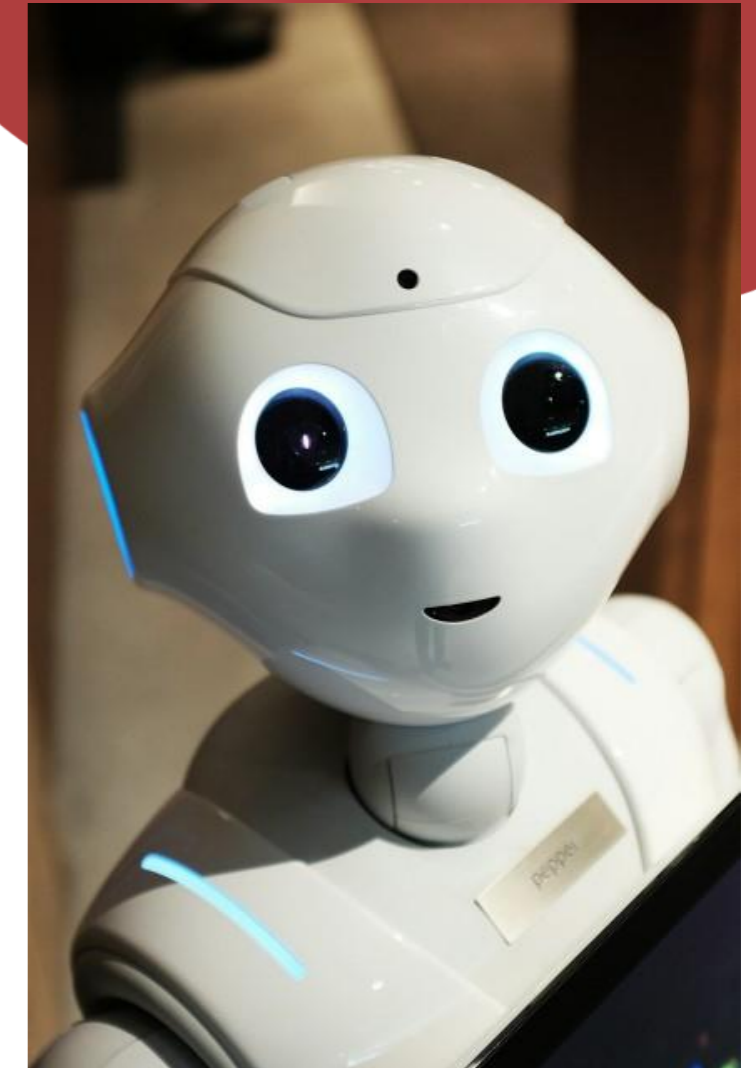
[Alex Knight](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Can I help you?: Adimen artifizialaren aplikazioak retail-ean

Aurreko txosten batean IA sortzailearen eskutik etor zitekeen iraultzaz hitz egin genuen. IA erabiltzen duten tresnen erabilerak, hala nola ChatGPT, Gemini eta antzekoek, retail sektorearen bilakaera eraldatuko dutela agintzen dute, baita retailerrek bezeroekin lan egiteko eta harremanetan jartzeko duten modua ere..

IA mota hori, besteak beste, salmentak areagotzen dituen osagarria izan daiteke, marketin-ekintza pertsonalizatuak abiarazteko aukera ematen baitu. Era berean, IA sortzaileak erosketa-eredu susmagarriak identifika ditzake, eta, batez ere, enpresa batzuk dagoeneko erabiltzen ari dira txatbotak edo elkarrizketarako botak garatzeko. Horiek erabiltzailearekin elkarreragiteko gai dira, gizaki batekin izandako benetako solasaldi bat balitz bezala, eta denbora errealean eskaintzen diote informazioa haien eskaeren egoerari buruz, aurreikusitako entrega-datei buruz edo haien beharretara egokitutako bezeroarentzako arreta-zerbitzu bat eskaintzen die.

Oraindik ere badira gairatu beharreko arazo eta eragozpen batzuk, hala nola "Tay" chatbotarekin gertatu ziren egoerak saihestea, Microsoft konpainiaren bot-a, sare sozialetan, erabiltzaileen interakzioetatik ikasita, chatbot arrazista bihurtu zena.



[Alex Knight](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Can I help you?: Adimen artifizialaren aplikazioak retail-ean

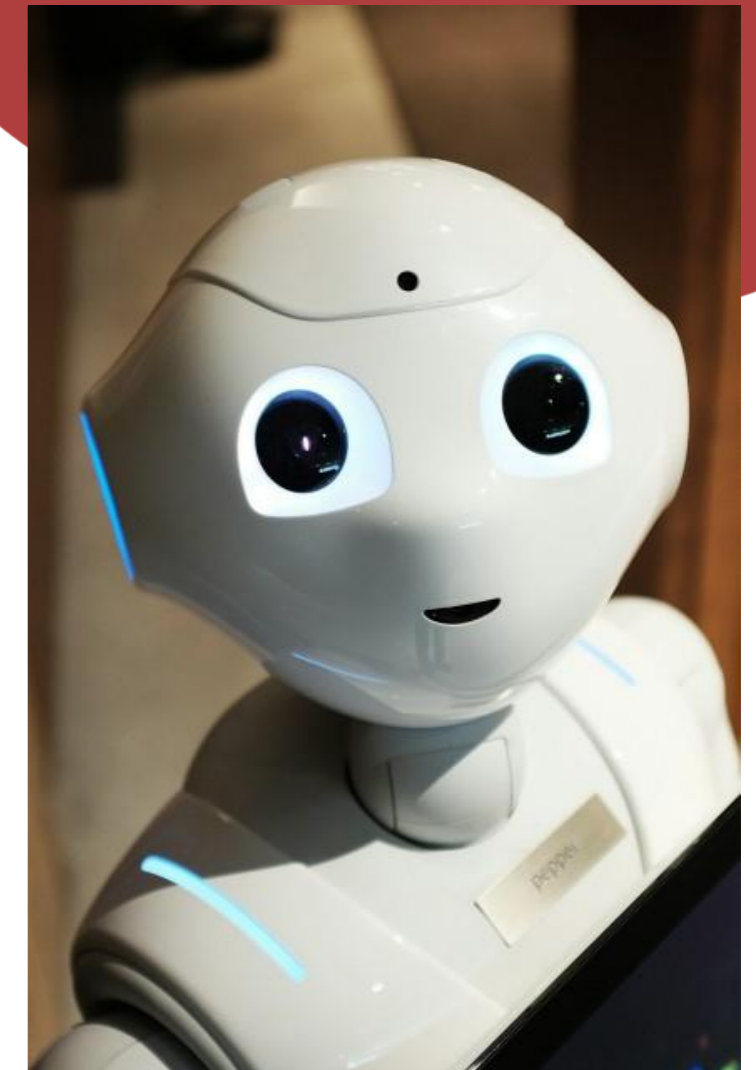
ShopFully Tiendeoren enpresa jabearen arabera, denda fisikoa beti izan da eta izango da kontsumitzaileek gustuko duten erosketa-kanala, eta gaur egun retail sektoreko salmenten % 80 da. Hala ere, erosketa-erabakien % 75 online hartzen dira, eta, beraz, kontsumitzaileek dendako erosketa-esperientzia arina eta tirabirarik gabea espero dute, smartphoneak funtsezko zeregina bete dezan.

Promozioak eta produktuei buruzko informazioa eskuragarriak izan daitezzen, retailerrek etengabe komunikatu behar dute bezeroekin, eta zerbitzuak eskaini behar dizkiete, hala nola laguntzaile batekin txateatzeko aukera, produktu bat eskatzeko aukera edo dendan bilketa bat egiteko aukera.

Eraldaketa hori adimen artifizialaren bidez lor daiteke. Adimen artifiziala mundu mailan % 40tik % 80ra igaroko da datozen hiru urteetan, IBM Corporationen ikerketa baten arabera.

Testuinguru horretan, ShopFullyk adimen artifizialak marketing mixaren 4 Petan duen eragina eta retailaren sektorerako dituen aukerak aztertzen ditu.

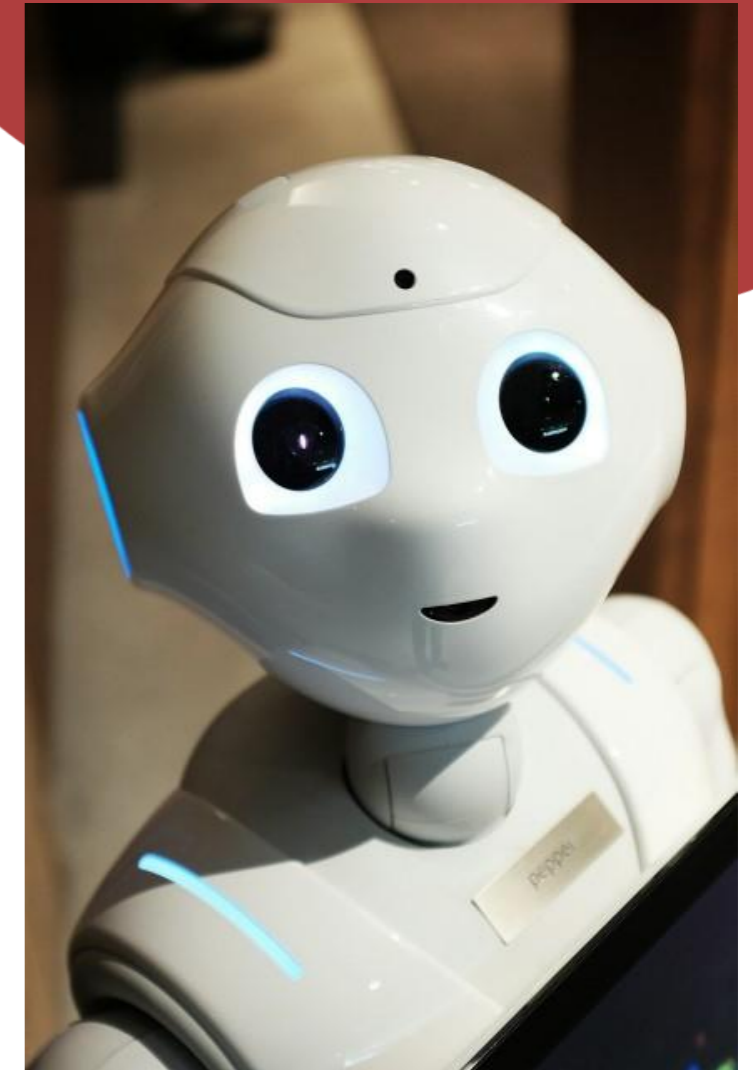
Retail sektorean IA sartzearen onura nagusietako batzuk hauek izan daitezke:



[Alex Knight](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Can I help you?: Adimen artifizialaren aplikazioak retail-ean

- **Produktua:** IAri esker, gure bezeroei eta haien lehentasunei buruzko datu kopuru handiak azter daitezke, bai eta produktuen salmenten bilakaera ere. Horri esker, saltokiek eta markek joerak identifika ditzakete eta eskarian aldaketak modu fidagarrian aurreikus ditzakete. IAk hornidura-katea modu adimentsuan kudeatzeko aukera ere ematen du, produktuen erabilgarritasuna kontrolatuz eta produktuen kokapena optimizatuz. IAri esker, adibidez, saltokiek denbora errealean egiazta dezakete produktuak eskuragarri eta ondo etiketatuta dauden, leku egokian jarrita dauden edo frutaeta barazkiak kaltetuta dauden, eta, horrela, gainerosketarekin edo stock-faltarekin lotutako kostuak minimizatzen dira.
- **Prezioa:** IAk enpresei lagundu diezaieke prezio zehatzagoak eta dinamikoagoak finkatzen, eskariaren, lehiaren eta merkatuaren joeren arabera aldatzen direnak. Gainera, apalategi adimendunak erabiliz, produktu baten prezio-akatsak identifika daitezke, dendako langileek alda ditzaten.
- **Saltokia:** Saltokia: IA produktuak dendan erosteko modua eraldatzen ari da, kanal fisikoaren eta digitalaren arteko oztopoak kenduz. Azken urteotan ikusi dugu, adibidez, nork bere burua kobratzeko kutxen ugaritzea. Kutxa horietako batzuek, Decathlonkoek adibidez, produktua kobratzeko kaxoian utzi besterik ezin dute egin. Pantaila interaktiboak dira IAk bezeroak saltokian duen esperientzia nola hobetzen duen erakusten duen beste adibide bat.
- **Sustapena:** IAk aukera ematen du bezeroei erakutsitako edukia pertsonalizatzeko eta haien marketin-kanpainak optimizatzeko, erosketa-historia, bezeroen portaera eta lehentasunak aztertuz eskura dauden datu guztietatik abiatuta, eta, ondoren, artikulua edo eskaintza zehatz bat iradokitzeko unerik egokienean eta gertuen dagoen dendan. Horrela, publizitateko gastua eraginkorragoa da eta fideltasuna handitzen du.



[Alex Knight](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Can I help you?: Adimen artifizialaren aplikazioak retail-ean

Gartnerren ikerketa baten arabera, erakundeen % 17k eta % 25ek adierazi zuten IA hurrengo 12 hilabeteetan ezartzeko asmoa zutela, urtero, 2019tik 2024ra, baina errealitatea da IAren inplementazioen urteko hazkundera % 2tik % 5era baino ez zela izan.

Zure txikizkako negozioan IA sartuko baduzu, pentsatu nola eragingo dion bezeroaren esperientziari. Izan ahalik eta gardenena zure bezeroekin, zure negozioa zure erosketa-erperientzia hobetzeko erabiltzen ari zaren moduari buruz, zure pribatutasuna babesteko hartzen ari diren neurriez gain.

Albiste ona da kontsumitzaileak IAren eta automatizazioaren aldekoak direla, betiere erosketa-erperientzia eraginkorragoa egiten badute, Squareren Future of Retail txostenaren arabera. Ikerketak erakusten du txikizkako bezeroen % 67k nahiago duela automatizazioa zuzeneko langileekin hitz egitea baino, oinarrizko zeregin jakin batzuk direnean.

IA zure negozioan nola txertatu bilatzen ari bazara, kontuan hartu bezeroei zerbitzu hobea eskaintzen dieten eskuzko zeregin errepikakorrek automatizatzeko aukera, baina ez ahaztu ez dagoela bezero hartzailearentzako zerbitzu baterako ordezkorik, galdera konplexuagoak direnean, bezeroek ezin baitituzte beren kabuz erraz konpondu, ezta teknologiaren laguntzarekin ere.



[Alex Knight](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Bibliografia

- **Aggity (2024)** *La inteligencia artificial en Retail*. 2024ko azaroaren 29an hemendik berreskuratua <https://aggity.com/la-inteligencia-artificial-en-retail>
- **Elena Canorea (Plain concepts, 2024)** *Claves para preparar tu empresa para la IA*. 2024ko azaroaren 29an hemendik berreskuratua <https://www.plainconcepts.com/es/claves-preparar-empresa-ia>
- **Michael Hickins (Oracle, 2024)** *10 ejemplos de IA en retail*. 2024ko azaroaren 29an hemendik berreskuratua <https://www.oracle.com/nz/retail/ai-retail/>
- **Alena Courtney (The bottom line, 2024)** *Inteligencia artificial para minoristas: cómo y por dónde empezar*. 2024ko azaroaren 29an hemendik berreskuratua <https://squareup.com/us/en/the-bottom-line/operating-your-business/ai-for-retailers>
- **Ashley R. Cummings (Shopify, 2024)** *Inteligencia artificial en el comercio minorista: casos de uso y ejemplos*. 2024ko azaroaren 29an hemendik berreskuratua <https://www.shopify.com/retail/ai-in-retail>
- **Mihir Mistry (Kody Technolab, 2024)** *Principales casos de uso de la inteligencia artificial en el sector minorista*. 2024ko azaroaren 29an hemendik berreskuratua <https://kodytechnolab.com/blog/top-9-use-cases-of-artificial-intelligence-in-retail/>
- **Inforetail (2023)** *La inteligencia artificial revoluciona el retail*. 2024ko azaroaren 29an hemendik berreskuratua <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/la-inteligencia-artificial-revoluciona-el-retail/e1fbb4710206e0c19d6218960848e474>