**AI w służbie e-commerce, czyli jak technologia wspiera sprzedawców**

**Warszawa, Polska, 02.11.2023r. – Sztuczna inteligencja (AI) wykorzystywana jest coraz częściej i powszechniej w różnych branżach. E-commerce nie jest wyjątkiem. Sprzedawcy internetowi mogą skorzystać z jej potencjału, aby zoptymalizować swoje działania, zwiększyć sprzedaż i poprawić doświadczenie zakupowe swoich klientów.** **AI pomaga w tworzeniu opisów czy dopasowaniu trafnych ofert. Takie też rozwiązania i cały szereg innych narzędzi wspierających działalność w internecie zapewnia swoim sprzedawcom eBay.**

**Wykorzystanie AI w e-commerce**

Rozwiązania z zakresu sztucznej inteligencji są stosowane od lat w e-biznesie, ale teraz mariaż tych dwóch obszarów jest jeszcze bardziej widoczny i wkracza na nowy poziom. eBay chce być partnerem dla sprzedawców prowadzących biznesy o różnej wielkości i zaufaną platformą sprzedażową dla konsumentów ceniących sobie bezpieczne i sprawne zakupy. Dlatego też firma wprowadza narzędzia oraz funkcje wspierane przez AI, które mają zapewniać pozytywne doświadczenia klientów z całego świata. A tych firma ma ponad 130 milionów na 190 rynkach w różnych regionach.

**Narzędzia, które ułatwiają sprzedaż na eBay**

eBay uruchomiło na wybranych rynkach narzędzie *Generative AI*, które umożliwia sprzedawcom automatyczne generowanie opisu do zdjęć na podstawie znanych cech produktu. Przynajmniej raz wypróbowało tę opcję około 30% użytkowników, a firma zaobserwowała współczynnik akceptacji na poziomie ponad 90% (!) dla opisów generowanych przez AI, w tym tych z poprawkami.

Ponadto firma niedawno udostępniła ulepszone narzędzie do wystawiania ofert (ang. ‘Magical’ Listing Tool), wykorzystujące sztuczną inteligencję do ekstrapolacji szczegółów dotyczących ofert ze zdjęć. Dostępne w niektórych witrynach, pozwala sprzedawcom z łatwością wystawiać przedmioty, a kupujący mogą uzyskać dostęp do większej ilości informacji o potencjalnych zakupach. Jak to działa? Sprzedawca robi lub przesyła zdjęcie w aplikacji eBay (na razie tylko na iOS) i obserwuje, jak sztuczna inteligencja wypełnia szczegółowe informacje o przedmiocie. Na podstawie zwykłego zdjęcia AI może pisać tytuły, opisy i dodawać istotne informacje, które mogą obejmować datę premiery produktu, szczegółową kategorię i podkategorię, a także może współpracować z innymi technologiami eBay, aby zasugerować cenę aukcji i koszt wysyłki.

Proces zapamiętywania sprzedawców na potrzeby przyszłych zakupów jest teraz prostszy, co do tej pory przyczyniło się do czterokrotnego wzrostu liczby zapisanych sprzedawców, prowadząc do zwiększenia częstotliwości zakupów. Nowi kupujący, którzy zapisują sprzedawcę w ciągu pierwszych 90 dni, są ponad dwukrotnie częściej skłonni do ponownego zakupu. Co więcej, w 2022 r. firma wdrożyła nowy model uczenia maszynowego dla szacowanych terminów dostaw na wybranych rynkach międzynarodowych, umożliwiając dokładniejsze przewidywanie dostaw. Zastosowanie tego modelu w Stanach Zjednoczonych skróciło średni szacowany czas dostawy o 1,5 dnia dla wszystkich ofert krajowych, co spowodowało zauważalny wzrost konwersji.

Sprzedawcy mogą również skorzystać z takich narzędzi jak: newslettery, personalizacja, wideo w ofertach, specjalne kupony czy promocja [Pakiet na Start](https://cloud.forbusiness.ebay.com/promocja-pakiet-na-start), dołączając do eBay.

Sztuczna inteligencja weszła na dobre na salony e-commerce i rozgościła się. Jak każda nowość, z jednej strony budzi zainteresowanie, a z drugiej lekki niepokój. Dla branży e-handlu AI oznacza jednak przede wszystkim ogromny potencjał i możliwości, które jak najlepiej chce wykorzystywać eBay, by zapewnić doskonałe doświadczenia klientom oraz świetne perspektywy rozwoju sprzedawcom.

**O eBay**

eBay to jedna z największych platform e-commerce na świecie. Firma działa nieprzerwanie od 1995 roku. Tylko w 2021 roku wartość brutto produktów dostępnych w serwisie eBay wyniosła 20,7 mld USD, a osiągnięte przez firmę przychody wyniosły 10,4 mld USD, co stanowi wzrost o 17% rok do roku. Platformę wyróżnia duża liczba unikalnych aukcji oraz jeden z największych na świecie katalogów produktów dostępnych dla kupujących od ręki, w którym znalazły się takie kategorie jak m.in. elektronika, ubrania, kosmetyki czy rzeczy do domu i ogrodu. W sumie dostępnych jest ponad 1,4 miliarda ofert pochodzących ze 190 rynków na świecie.

Kontakt po stronie agencji PR:

Aleksandra Wójcik

Account Manager w 24/7Communication

e-mail: aleksandra.wojcik@247.com.pl