



Искусственный интеллект в онлайн-торговле

В условиях нарастающей конкуренции онлайн-ритейлеры прибегают к использованию новых технологий, одной из которых являются инструменты искусственного интеллекта. Так, согласно результатам исследования Asurion Research, в ближайшее время мировой рынок ИИ будет только расти, достигнув в 2027 г. 6,76 млрд долл.

Как технология искусственного интеллекта уже совершенствует онлайн-торговлю и как может повлиять на рынок в обозримом будущем?

Дополненная реальность

Разработчики инструментов дополненной реальности применяют алгоритмы искусственного интеллекта для улучшения взаимодействия программ с окружающей средой. Так, обнаружение и распознавание объектов используются алгоритмами сверхточной нейронной сети (CNN) для оценки положения и размеров объектов. После идентификации объекта программное обеспечение визуализирует цифровые объекты, накладывая их на физический объект, играя роль посредника.

Пример: приложение IKEA place сканирует окружающую среду, измеряет вертикальную и горизонтальную плоскости, оценивает глубину, а затем предлагает товары, подходящие конкретному помещению.

Распознавание голоса/голосовой поиск

По данным Hosuite, голосовым поиском ежемесячно пользуется около 42 % пользователей по всему миру. В разных странах цифра отличается и имеет тенденцию к росту. Быстрее всего число голосовых запросов растет в Индии, Китае и Индонезии.

Такие известные голосовые помощники, как Siri, Cortana, Алиса, уже давно помогают людям покупать в интернете.

Пример: виртуальный помощник Alexa был успешно интегрирован в продукты Amazon, а также в решения других производителей. С помощью Alexa клиенты могут узнавать о местных концертах, организовывать транспорт до мероприятия и обратно через Uber, заказывать ужин, отслеживая статус заказа в режиме реального времени.

Другой пример — набирающая популярность в США программа 1-800-Flowers позволяет потребителям отправлять цветы своим близким с помощью голоса.

Визуальный поиск

Согласно исследованию Emarketer, 62 % миллениалов интересуется технологией визуального поиска — это наибольший процент среди всех социальных технологий в e-commerce.

Визуальный поиск помогает находить контент/продукт по загруженной фотографии. В качестве наиболее известного примера можно привести инструмент Google Lens, где пользователям предлагается нажимать и удерживать изображение, запуская поиск продукта в интернет-магазинах.

Приложение Google и iOS недавно также начали предлагать визуальный поиск для e-commerce. Покупатель может открыть камеру на смартфоне, навести ее на что-нибудь и сказать: “Мне нужны продукты, которые выглядят вот так”.

Пример: в марте 2023 г. онлайн-платформа Lamoda объявила о запуске бета-версии инструмента, который с помощью искусственного ин-

теллекта поможет визуально подобрать одежду и обновить гардероб. Чтобы воспользоваться помощником, пользователю нужно перейти в определенную категорию товаров и нажать на баннер визуального поиска. Сервис предложит 15 случайных товаров, из которых клиент может выбрать понравившиеся или искать дальше. После каждого клика на фотографию помощник выдает новые варианты, визуально похожие на предыдущий выбор цветом, фасоном, деталями. Спустя несколько кликов появится кнопка “перейти к подборке”, где искусственный интеллект сформирует уникальное предложение для клиента. Если оно не подойдет, можно вернуться назад, отредактировать выбор или начать новый визуальный поиск.

Защита от мошенничества

Киберпреступники могут дестабилизировать работу интернет-магазина, получив доступ к конфиденциальным данным, поэтому компании все чаще прибегают к помощи ИИ в целях предотвращения угроз и мошенничества. Так, ИИ может обнаруживать спам и фишинговые электронные письма, распознавая аномалии в содержании и контексте сообщений.

Пример: Amazon еще в 2016 г. запустил облачную платформу Amazon Rekognition, которая предназначена для распознавания лиц. У данной технологии несколько назначений, одно из которых — идентификация в целях безопасности.

Статью целиком читайте в бумажной версии журнала