

Tendinte 2021 în e-commerce: Cautarile vocale, chatbotii si instrumentele de inteligenta artificiala

Chatbotii, cautarile vocale si instrumentele de inteligenta artificiala (AI) pot ajuta afacerile din e-commerce sa fie mai aproape de clientul final si sa-i ofere informatiile necesare atunci când are nevoie, arata estimarile anului 2021, întocmite de o agentie specializata în campanii Pay Per Click (PPC).

Conform celor de la Optimized, în prezent, este în crestere cererea pentru dispozitive cu asistenti digitali, precum Amazon Alexa, Google Assistant, Siri sau Bixby si Cortana. În acest context, oricare asistent de acest fel poate fi un canal pentru antreprenorii care vor sa își optimizeze afacerea pentru internet.

"În 2021 si în urmatorii ani accentul se va pune pe optimizarea continutului platformelor online pentru a putea fi accesibil si asistentilor digitali. În sfera PPC, Performance Marketing, accentul va fi pus pe cuvintele cheie relevante si mai nisate, pentru ca utilizatorul sa gaseasca mai repede si simplu ceea ce cauta. În acest context, cuvintele cheie în asistentii digitali au în plus o locatie, distanta sau un termen personalizat. De exemplu: pizza place near me, what are the most trending restaurants around me, what is the recommended diet plan în my country. La fel de bine pot fi identificate cautari de tipul: benzinarie pe ruta mea, dentist bun în zona mea (cu top rated în rezultate)", se arata în analiza de specialitate.

Totodata, peste jumatate dintre utilizatori folosesc cautarea vocala pentru a gasi informatii despre servicii si produse, iar tendinta de crestere a Voice Search se datoreaza partial progreselor urias care au fost facute în înțelegerea vorbirii umane cu algoritmi de învățare automata.

"Tehnologia a avansat acum pâna în punctul în care algoritmi Google pot înțelege vorbirea umana cu o precizie de 95%. Acesta este acelasi nivel ca a unui om real. Pe masura ce tehnologia se îmbunătățește, oamenii devin tot mai confortabili în ceea ce priveste utilizarea comenzilor vocale. Aceasta tendinta va forta companiile sa își adapteze strategia de marketing SEO, PPC si continut, astfel încât sa se alinieze mai bine la cautarea vocala", sunt de parere reprezentantii Optimized.

Potrivit sursei citate, o alta componenta tot mai importanta pentru e-commerce si marketing este resursa de machine learning (ML) din AI.

"Pâna recent, valoarea reala a ML si a AI în PPC a fost optimizarea procesului de licitare si de ajustare a ofertelor pentru a permite un avantaj competitiv mai mare. De asemenea, a facut posibile cunostinte vitale în testarea A/B a seturilor publicitare si în directionarea cuvintelor cheie, sprijinind specialistii în marketing în gestionarea campaniilor PPC mai eficiente si mai economice. În plus, AI si ML permit raportarea automata, fluxurile de lucru dinamice si identificarea si analiza tendintelor concurentilor, generând valoare si oferind informatii în timp real care au un impact direct asupra succesului campaniilor de marketing PPC. Obiectivul final al Machine Learning în marketing, inclusiv PPC, este îmbunătățirea rezultatelor. Un bun exemplu de tehnologie bazata pe AI/ML în PPC este Google Smart Campaigns. Agentii de publicitate au acces doar la putine data points, cum ar fi CTR, afisari si conversii, astfel ca exista foarte putin control, vizibilitate sau transparenta în campanie", explica specialistii.

Un element de referinta al anului 2021 în materie de e-commerce este "asistent" pentru fiecare client (chatbot), tehnologie care este, deja, folosita în rețele sociale, în sistemul bancar sau chiar în aplicatii de mesagerie ca WhatsApp, Slack ori WeChat.

La nivel international e preconizata o crestere de 29,7% a pietei de chatboti între 2019 si 2024, cu o valoare de circa 9,4 miliarde de euro peste patru ani.

"Indiferent de zona de servicii, indiferent daca este vorba de finante, servicii bancare sau orice alt domeniu, consumatorii doresc asistenta non-stop. Din acest motiv, mai multe întreprinderi cauta sa dezvolte asistenti virtuali si chatboti pentru a se asigura ca raspund întrebărilor clientilor indiferent de ora sau zi. În prezent, aproximativ 69% dintre clienti prefera chatbotii fata de agentii umani, deoarece pot oferi raspunsuri adecvate la întrebări foarte simple. Totodata, aproape 95% dintre consumatori cred ca industria care va beneficia cel mai mult de chatboti este segmentul de servicii pentru clienti, iar 33% dintre consumatori ar prefera sa utilizeze chatboti pentru a plasa comenzi si rezervari, printre altele. În acest context, e important pentru business-urile locale sa tina pasul cu evolutia domeniului si, pe cât posibil, sa investeasca în tehnologiile si serviciile care pot aduce plus valoare clientilor si companiei", apreciaza estimărilor.

Optimized este o agentie din România specializata în campanii PPC (Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads, YouTube Ads, Bing Ads etc.) pentru e-commerce. Portofoliul agentiei cuprinde magazine online si companii pentru care gestioneaza campanii de marketing si carora le ofera consultanta cu ajutorul unei echipe formate din specialisti PPC si traineri certificati Google.