

”The EY State of Consumer Products”: 61% dintre companiile din FMGC mizeaza pe factorul uman în detrimentul AI, în procesul decizional

Aproape jumătate (47%) dintre executivii din sectorul bunurilor de larg consum (FMGC) considera ca abilitatea de a influența recomandările va fi esențială pentru menținerea competitivității în următorii cinci ani, iar șase din zece (61%) dintre respondenți afirmă ca organizațiile lor prioritizează discernământul uman în detrimentul unui proces decizional efectuat de Inteligența Artificială (AI), potrivit unui raport de specialitate, dat publicității marți.

Astfel, cercetarea "The EY State of Consumer Products", 71% dintre cei chestionați sunt de acord că perturbările structurale fac esențială transformarea rapidă, însă realitatea este că majoritatea organizațiilor rămân nepregătite pentru această schimbare.

De asemenea, peste 77% din totalul organizațiilor chestionate afirmă că parteneriatele cu retaileri, platforme și canale digitale sunt acum esențiale pentru modul în care își desfășoară activitatea comercială.

În același timp, Deși 47% dintre directorii executivi intervievați au declarat că influențarea recomandărilor algoritmice de produse va avea o importanță critică în următorii cinci ani, doar 21% considera că pot realiza acest lucru în prezent.

"Nivelul de pregătire pentru comerțul bazat pe IA și agenții rămâne scăzut, multe companii aflându-se încă în faze incipiente de planificare sau testare pentru capacități-cheie, precum branduri optimizate pentru agenți AI, vizibilitate algoritmică și procese de achiziție bazate pe inteligența artificială. Deși s-au înregistrat progrese în domenii consacrate, precum semnalele de cerere și responsabilizarea privind rentabilitatea investițiilor, organizațiile continuă să rămână în urmă în ceea ce privește capacitățile emergente care sunt așteptate să definească avantajul competitiv în viitor", se menționează în concluziile raportului de specialitate.

Conform analizei, doar 11% dintre organizații au spus că departamentele de vânzări, marketing și e-commerce funcționează ca un motor de creștere unificat, iar încrederea în capacitatea de a lua decizii comerciale eficiente pe întregul flux rămâne limitată. Totodată, 15% din esanșionul analizat raportează date comerciale complet integrate, utilizate în mod curent pentru a susține decizii transfuncționale.

În privința obstacolelor care stau în calea transformării digitale a companiilor, 35% dintre respondenți au vorbit despre complexitatea guvernantei și lipsa clarității privind autoritatea decizională, urmat de consensul la nivelul conducerii (31%) și tehnologia și aspectele fundamentale referitoare la date (30%).

Consultanții sunt de părere că organizațiile avansate proiectează sisteme în care Inteligența Artificială (IA) completează judecata umană, îmbunătățind viteza și consecvența, fără a compromite responsabilitatea umană și încrederea. Totuși, 61% dintre respondenți susțin că organizațiile lor prioritizează discernământul uman în detrimentul unui proces decizional complet automatizat, efectuat de IA.

"În contextul în care procesul de achiziție este influențat tot mai mult de algoritmi și interfețe bazate pe agenți, succesul comercial este remodelat de modul în care sunt luate deciziile în cadrul acestor sisteme. Cu toate acestea, puține companii au regândit felul în care deciziile de vânzări și marketing se corelează de-a lungul întregului flux, ceea ce creează un deficit decizional tot mai mare, în care strategiile reflectă viitorul, însă modelele operationale rămân depășite, lăsând multe branduri în situația de a nu mai fi luate în considerare. Reducerea acestui deficit va necesita un proces decizional mai conectat, date mai solide și responsabilități mai clare

definite pentru a influența mecanismele de descoperire bazate pe algoritmi", notează specialistii.

Raportul "The EY State of Consumer Products" este bazat pe un studiu realizat în rândul a peste 850 de executivi de rang înalt din sectorul bunurilor de larg consum și pe interviuri cu mai mult de 20 de lideri mondiali.