

image not found or type unknown



Российские компании тоже не отстают и держатся в топе стран по инновациям в ритейле — бесконтактные платежи, мобильные кошельки, онлайн-кассы, маркировка товаров через распределенный реестр, самое большое, по данным Microsoft, количество внедрений искусственного интеллекта в коммерческих организациях.

Новинки от «Яндекса» — «Суперчек» и «Яндекс,Шеф» — вполне способны изменить наши покупательские привычки. И «Яндекс» далеко не единственный ньюсмейкер в поле цифрового ритейла.

Что нас ждет в 2019?

#### 1. Вежливые роботы

- «Промобот» успешно заменяет промоутеров, продавцов-консультантов и администраторов, что делает экономию на персонале существенной. Покупатели не избегают вежливого робота, а наоборот стремятся с ним пообщаться, так что он лучше человека привлекает клиентов, помогает им сориентироваться в торговом зале, найти товар и быстро получить информацию о нем и аналогах, участвующих в акциях.

#### 1. Виртуальные сотрудники

- компания ООО «Виджет» продвигает своего Zvonobot под лозунгом «Алиса для Бизнеса». Звонобот умеет проводить телефонные опросы, информировать клиентов об акциях и даже брать на себя функцию обзвона по холодной базе. Из кейсов клиентов чаще всего упоминается автообзвон клиентов за день до проводимой акции или конвертация в первое бесплатное посещение потенциально заинтересованной аудитории.

И многое другое.

Не могу сказать, что инновации не есть хорошо. Это всегда интересно, интригующе, захватывающе. Но... всегда есть.

При появлении любой инновации – люди начинают загонять себя в клетки, дабы это получить. Берут кредит, лезут в долги, не спят сутками – лишь бы получить

новшество.

А все ради чего? Чтоб поиграться и насладиться. Получить дозу гормона счастья, которой хватает нам ненадолго, а вот долги и кредиты придется закрывать.

Инновации – оставят бедных без работы, богатые будут вкушать сладости всего самого нового и лучшего. Возможно, увеличится цифра преступлений.

Как знать, но идти в будущее, достаточно волнующе.