

## Carrefour inwestuje w sztuczną inteligencję i personalizację oferty dla indywidualnych klientów

data aktualizacji: 2019.09.12



**Carrefour Polska rozwija sprzedaż w modelu omnichannel wdrażając w swoich kanałach cyfrowych oraz sklepach stacjonarnych rozwiązania z zakresu sztucznej inteligencji. Inwestycja w nowe technologie pozwoli sieci na indywidualne dopasowywanie oferty do klientów, co poprawi doświadczenia konsumentów zwiększając komfort, szybkość i wygodę całego procesu zakupowego.**

Carrefour Polska stawia na nowoczesne technologie i wzmacnia pozycję lidera przemian technologicznych. Przyjęta w 2017 roku strategia omnikanalowości i transformacji digitalowej zaowocowała wdrożeniami innowacyjnych projektów, usług i produktów, które stanowią odpowiedź na zmieniające się oczekiwania i zwyczaje współczesnych konsumentów.

- Obecnie Carrefour wprowadza w swoich kanałach sprzedażowych rozwiązania oparte na algorytmach AI i personalizacji pozwalające poznać preferencje zakupowe naszych klientów i na tej podstawie dopasowywać ofertę handlową do każdego z odbiorców osobno - mówi Michał Sacha, Dyrektor Marketingu, Digital, IT, E-commerce i Usług Finansowych Carrefour Polska. Przekłada się to na szereg udogodnień procesu zakupowego, które odczuwają zarówno klienci e-commerce, sklepów

stacjonarnych, jak również użytkownicy aplikacji mobilnej „Mój Carrefour” – dodaje.

Dzięki technologii AI i personalizacji ścieżka zakupowa klienta sieci staje się prostsza, szybsza i bardziej intuicyjna. Klienci e-commerce otrzymują podpowiedzi produktów, którymi mogą być zainteresowani, dopasowane do ich indywidualnych preferencji na podstawie np. historii zakupowej czy stanu produktów wrzuconych do koszyka. Również wyszukiwarki e-commerce i aplikacji mobilnej pomagają w sprawniejszym odnalezieniu produktów, którymi klient może być zainteresowany. Ponadto, użytkownicy aplikacji mobilnej otrzymują spersonalizowane kupony zniżkowe oraz dopasowane gazetki promocyjne. Z personalizacji skorzystają również użytkownicy kart lojalnościowych, dla których indywidualnie przygotowywane będą rabaty.

Wprowadzenie rozwiązań z obszaru sztucznej inteligencji jest wynikiem współpracy sieci z firmą Synerise – jedną z najszybciej rozwijających się spółek technologicznych – w ramach której technologia Synerise zostanie wykorzystana m.in. do stworzenia pełnego obrazu klienta, analizy Big Data oraz personalizacji komunikacji oraz działań promocyjnych.

- Bardzo cieszymy się na współpracę z tak otwartym na innowacje klientem jakim jest Carrefour. Zależy nam, aby w każdym sektorze pracować z liderem, z którym tworzymy standardy, by następnie skalować się dynamicznie na nowe rynki - mówi Jarosław Królewski, CEO Synerise.

Carrefour oraz Synerise będą również pracować nad innowacjami dla całego sektora handlu detalicznego.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/carrefour-inwestuje-w-sztuczna-inteligencje-i-pers,56863>