

ONLINE PREDAJ

Podklady pre lektorov

Úvodné pokyny pre lektorov

Pre lektorov sme pripravili materiály, ktorými sa môžu riadiť. Zahŕňajú

- Úvod
- Kompletné texty čítané strojovým hlasom. Lektor si môže vybrať, čo z nich povie, napríklad zvýraznením určitých viet alebo pojmov.
- Odporúčania, kde je možné zapnúť alebo vypnúť zvuk.

Prezentácia môže bežať v dvoch režimoch

- so zapnutým zvukom
- bez zapnutého zvuku

Režim so zapnutým zvukom

- V tomto režime sa ozýva hlas stroja, ktorý podáva vysvetlenie k zobrazeným textom, diagramom a animáciám.
- Tento režim je vhodný na samoštúdium.
- Neodporúča sa, aby lektor týmto spôsobom prešiel celý obsah. Môže dôjsť k strate pozornosti školeného, ako aj k tomu, že sa školený nesústreďí na to, čo je z obsahu najdôležitejšie.
- Tento režim odporúčame použiť maximálne 2-krát počas prezentácie.

Režim so vypnutým zvukom

- Ak prezentujúci vypne zvuk, môže účastníkom poskytnúť skrátenú verziu toho, čo hovorí strojový hlas v pozadí.
- Môže tiež zdôrazniť to, čo je najdôležitejšie na predvádzanom obsahu.
- Je dôležité, aby lektor prešiel kurz niekoľkokrát.
- Je to preto, že strojový hlas v pozadí beží celý čas, a kým sa rozprávanie neskončí, lektor nemá možnosť prejsť na ďalší krok prezentácie.

Lektor môže

- sám prepínať a posúvať obsah (odporúča sa pri online webinároch)
- alebo to robí jeho partner, ale musí byť s ním dobre koordinovaný (odporúča sa pre väčšie publikum).

V prípade expertov pozvaných do diskusie

- Lektor na vybraných miestach zastavuje prezentáciu a otvára diskusiu
- Možné otázky sú navrhnuté v prílohe
- Lektor má možnosť dopĺňať otázky podľa vlastnej úvahy
- Experti majú možnosť uvádzať vlastné skúsenosti z projektov a príklady z praxe

Linka na kurz

<https://paitool.eu/courses/kurz-paitool/lessons/online-predaj/?lang=sk>

Vzdelávacie ciele

Vykonávame školenia. Preto musí každý prednášajúci pochopiť vzdelávacie ciele. V prípade UI bu účastníci mali získať nasledujúce znalosti:

- Chápať umelú inteligenciu ako informačný systém, ktorý je schopný sa učiť,
- Vedieť identifikovať tie procesy, pri ktorých má zmysel používať umelú inteligenciu alebo strojové učenie,
- poznať predpoklady nasadenia umelej inteligencie v podmienkach konkrétnej spoločnosti, ako je potreba údajov, potrebný personál atď,
- Spoznať prínosy implementácie AI a riziká spojené s realizáciou projektu.

Priebeh školenia

Úvod:

Dobrý deň. Využitie umelej inteligencie v online predaji sa stáva neodmysliteľnou súčasťou stratégií internetových obchodov. Získavanie detailných informácií o správaní a preferenciách zákazníkov v reálnom čase poskytuje neoceniteľné výhody pri vytváraní personalizovaných skúseností a zvyšovaní efektivity nákupného procesu. V tejto prezentácii preskúmame, ako pomáha umelá inteligencia získať

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

hlbší pohľad do mysle zákazníka a ako tieto informácie môžeme efektívne využiť na online predajových platformách.

Teraz vám pustím prezentáciu, ktorej hlas patrí umelej inteligencii, ako ukážku jednej z jej schopností.

🕒 *SPUSTENIE PREZENTÁCIE*

Slide 1 – Úvod

Slide 1 – Úvod

Slide 2 – Príklad na úvod

Ako to funguje, ukážeme najlepšie na príklade.

Slide 3 – Záznam z návštevy web stránky

Keď sa bližšie pozrieme na tento krátky záznam aktivity používateľa pri návšteve webovej stránky, tak si uvedomíme, že dokážeme získať výrazne väčší detail o zákazníkoch, ako sme si mysleli.

Môžeme pochopiť správanie zákazníkov a získať reálny pohľad na zákaznícku skupinu a jej záujmy.

Napríklad:

Zákazníkom môže byť zaneprázdnená mamička, ktorá navštívi webovú stránku. Využije vyhľadávanie, nakoľko nemá čas na preklikávanie stránok. Hľadá turistické topánky. Ocitne sa na produktovej stránke. Štandardné farby jej nevyhovujú a preto sa chvíľu hrá s farebnými možnosťami. Keď si vyberie, čo sa jej pozdáva, prečíta si informácie o produkte a komentáre iných zákazníkov. Zistí, že vybraný tovar má len dve hviezdičky. Preto sa pozrie aj na iné alternatívne produkty a pokračuje ďalej s návštevou stránky. Nakoniec vloží do nákupného košíka produkt, ktorý jej najviac vyhovuje.

V momente, keď už ide kliknúť na „Objednať“ ju vyruší plač jej malej dcérky a okrem toho si uvedomí, že je čas večere. Tieto neodkladné priority ju donúti k rozhodnutiu, že nové topánky teraz vlastne nepotrebuje, má dôležitejšie veci na prácu a zatvára webový prehliadač.

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

Slide 4 - Mikro-momenty

Ako zaznamenať a interpretovať všetky tieto mikro-momenty a signály pred tým, ako zákazník opustí stránku?

Ako zaznamenať a interpretovať aktivity pred tým, ako zákazník opustí stránku, respektíve predtým ako opustí nákupný košík a ako predísť tomu čo sme videli na predchádzajúcej obrazovke?

Jednou z odpovedí je využitie umelej inteligencie. Pozrime sa na to, čo potrebujeme pre nasadenie umelej inteligencie pri online predaji.

|| ZASTAVENIE PREZENTÁCIE

Ukončenie prezentácie – variant 1

- *Lektor môže v tejto fáze výklad ukončiť.*
- *Toto sa týka predovšetkým, ak nasledovné časti výkladu ešte neboli preberané ani na iných predmetoch.*
- *V prípade, že sa poslucháči majú absolvované vzdelávanie v oblasti informatiky pre podniku a rozumejú pojmom, ktoré sa preberajú v ďalšej časti, je možné vo výklade pokračovať.*
- *Jedná sa primárne o základné znalosti v oblasti výrobných a nevýrobných procesov v podnikoch a znalosti základných pojmov v oblasti spracovania dát, výpočtovej a komunikačnej infraštruktúry a informačných systémov využívaných v podnikovej praxi.*
- *Je žiaduce, aby si lektor overil bezprostredne po výklade pochopenie výkladu zo strany poslucháčov.*
- *Rovnako dôležité je, aby lektor umožnil poslucháčom klásť otázky a odpovedal im na ne, poprípade im vysvetlil súvislosti, ktoré idú nad rámec ukončeného výkladu.*

⏸ SPUSTENIE PREZENTÁCIE

🔊 SPUSTENIE ZVUKU PREZENTÁCIE

Slide 5 - Kapitola 2 – Predpoklady

Slide 6 - Proces 1

Aby sme mohli nasadiť umelú inteligenciu pri online predaji, musíme perfektne rozumieť procesu nákupu.

ZASTAVENIE ZVUKU PREZENTÁCIE

Text prerozpráva prednášajúci vlastnými slovami:

Znamená to:

Počúvať: Počúvame to, čo zákazníci hovoria a čo robia.

Pochopiť: Spracovávame informácie a dáta až do pochopenia zákazníckeho záujmu a zámeru.

Rozhodnúť: Rozhodneme sa pre najlepšiu a najvhodnejšiu akciu, ktorá zákazníkovi poskytne úplne personalizovanú skúsenosť v čase, keď je aktívny.

Vylepšovať: Učíme sa z výsledkov každej interakcie so zákazníkom a neustále vylepšujeme naše odozvy tak, aby ešte lepšie zodpovedali jeho požiadavkám.

SPUSTENIE ZVUKU PREZENTÁCIE

Slide 7 - Proces 2

Pri identifikovaní potrieb a chovania zákazníka je potrebné zachytiť všetky detaily zákazníckeho správania v reálnom čase.

Najdôležitejšie aspekty návštevy webstránky:

- **Dátum a čas návštevy:** Aký je presný čas jeho návštevy? Ide o opakovanú návštevu?
- **Použité zariadenie:** Z akého zariadenia sa prihlásil?
- **Operačný systém:** Aký má zariadenie operačný systém?
- **URL adresa:** Z akej URL adresy pristupuje?

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

- **Vyhľadávané produkty:** Aké produkty si pozerá?
- **Kategórie produktov:** Aké kategórie produktov navštívil?
- **Lokalita:** Z akej lokality pristupuje?
- **Využívanie košíka:** Čo vložil do košíka, čo odstránil? Zmenil veľkosti, množstvo a tak ďalej?
- **Kontaktné údaje:** Aké kontaktné údaje o zákazníkovi máme k dispozícii?
- **História objednávok:** Aké objednávky už urobil v minulosti?
- **Posledná objednávka:** V akom stave je jeho posledná objednávka?
- **Reklamácie:** Riešil už nejaké reklamácie alebo vracal tovar?

A tak ďalej. Všetky tieto drobnosti sú kľúčové, pokiaľ chceme ovplyvniť zákazníka počas 2 minút času, ktoré strávi na našom portáli.

🔊 ZASTAVENIE ZVUKU PREZENTÁCIE

Text prerozpráva prednášajúci vlastnými slovami:

Slide 8 – Údaje

Údaje môžu byť použité pre lepšie pochopenie zákazníkov a k výberu vhodných akcií pre personalizáciu zákazníckeho zážitku

Predpokladajme, že zachytávame všetky tieto údaje a detaily zákazníckeho správania v reálnom čase. Môžeme ich použiť k lepšiemu zážitku zákazníka pri nasledujúcej návšteve.

Zo znalostí z predchádzajúcich návštev môže byť napríklad zrejmé, že zákazník inklinuje k určitej produktovej skupine, vyhľadáva v určitej cenovej hladine. Tieto skúsenosti je možné použiť tak, aby aktuálna zákaznícka návšteva bola pre neho čo najefektívnejšia.

Toto všetko sa samozrejme musí udiat v reálnom čase. Inak je úsilie zbytočné.

Údaje, ktoré vieme použiť pre lepšie pochopenie zákazníkov a pre personalizáciu zákazníckeho zážitku a preto nás zaujíma:

- Náklonnosť k určitým produktom

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

- Záujem ku kategórii produktov
- Najdlhšie trvajúce aktivity
- Preferované lokality
- Preferované zariadenia
- Citlivosť na cenu
- Vzory správania a objednávania
- Množstvo reklamácií
- Stránky, z ktorých zákazník typicky prichádza

A mnohé ďalšie

 [SPUSTENIE ZVUKU PREZENTÁCIE](#)

Slide 9 – Zdroje dát

Riešenie je postavené na dátových zdrojoch z dvoch skupín:

Skupina Online, obsahujúca údaje zachytené z návštevy webu, napríklad dátum, čas návštevy, detaily nákupu, aktivity správanie klienta)

Skupina Offline, obsahujúca údaje napríklad z ERP, čiže z podnikového informačného systému, z CRM, čiže zo systému pre riadenie vzťahov so zákazníkmi, z analytických nástrojov a z nástrojov marketingovej automatizácie.

Slide 10 - Ako to funguje

Ako to funguje?

Zber údajov: Zachytenie údajov z predpripravených integrácií vďaka drag & drop tagovaniu akejkoľvek stránky. Proces musí byť v súlade so súhlasom so spracovaním osobných údajov.

Správa identít: Automatické zjednotenie zákazníckych profilov a identít z viacerých zdrojov a návštev do jedného profilu.

Zákaznícky kontext: Obohatenie zákazníckych informácií na základe správania, výpočet metrik, afínit, kategorizácií v reálnom čase. Výsledkom sú podklady pre návrh správnych akcií.

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

Použitie pri akcii smerovanej na zákazníka: Použitie individuálnych informácií pre personalizáciu v reálnom čase v priebehu návštevy webu, alebo portálu obchodníka, vrátane reportingu v reálnom čase a analytiky.

ZASTAVENIE ZVUKU PREZENTÁCIE

Text prerozpráva prednášajúci vlastnými slovami:

Slide 11 - Nasadenie v praxi

V praxi nasadený systém poskytuje nasledovné služby:

Zber údajov: Sledovanie a zber údajov o správaní a preferenciách zákazníka.

Segmentácia: Segmentáciu zákazníkov a na jej základe personalizáciu vyhľadávania, obsahu a ponuky.

Obchodné ponuky: Produktové odporúčania a návrhy.

Opakované získanie zákazníka: Oslovenie strateného zákazníka, napríklad emailom v prípade opusteného košíka a podobne.

Ukončenie prezentácie – variant 2

- *V prípade vyspelejších poslucháčov sa lektor dostal až sem a môže v tejto fáze výklad ukončiť.*
- *Toto sa týka predovšetkým, ak nasledovné časti výkladu ešte neboli preberané ani na iných predmetoch.*
- *V prípade, že sa poslucháči majú absolvované vzdelávanie v oblasti manažmentu podnikov a rozumejú pojmom, ktoré sa preberajú v ďalšej časti, je možné vo výklade pokračovať.*
- *Rovnako je dôležité, aby poslucháči poznali základné pojmy v oblasti manažmentu projektov, respektíve, aby im lektor objasnil základné pojmy a princípy.*
- *Je žiadúce, aby si lektor overil bezprostredne po výklade pochopenie výkladu zo strany poslucháčov.*

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

- *Rovnako dôležité je, aby lektor umožnil poslucháčom klásť otázky a odpovedal im na ne, poprípade im vysvetlil súvislosti, ktoré idú nad rámec ukončeného výkladu.*

SPUSTENIE ZVUKU PREZENTÁCIE

Slide 12 – Ľudia

Kvalitný tím je kľúčom k úspechu všetkých projektov. Rovnako je to aj v tomto prípade.

V prípade nasadenia moderných riešení súvisiacich s online predajom je potrebné počítať s nasledovnými odbornými profilmi:

1. **Architekt** zodpovedá za návrh potrebnej infraštruktúry. Zároveň sa jeho profil kombinuje aj s rolou integračného špecialistu.
2. **Projektový manažér** zodpovedá za celkové riadenie implementačného projektu a jeho úspešné dotiahnutie v kvalite, čase a v stanovenom rozpočte.
3. **Expert na spracovanie údajov** má na starosti celú agendu okolo zberu a technického spracovania údajov.
4. **Konzultant v oblasti dátovej etiky a GDPR** zodpovedá za to, aby spracovanie osobných údajov prebiehalo v súlade so zákonom a súhlasmi, ktoré poskytne prevádzkovateľovi webstránky zákazník.
5. **Softvérový špecialista** zodpovedá za výber a inštaláciu, a nastavenie všetkých aplikácií, ktoré sa nasadzujú a využívajú v rámci riešenia.
6. **Konzultant na webovú analytiku** a personalizáciu zodpovedá za optimálne získavanie informácií zo zákazníckych návštev a správnu interpretáciu získaných údajov.
7. **CX business konzultant** je expertom na zákaznícku skúsenosť a zabezpečuje ľahké používanie stránky a jej atraktivnosť pre zákazníka.
8. **eCommerce business konzultant** je expertom v oblasti elektronického obchodovania a určuje napríklad spôsob používania katalógu produktov, prácu s nákupným košíkom alebo prepojenie na platobné brány.

ZASTAVENIE ZVUKU PREZENTÁCIE

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

Text prerozpráva prednášajúci vlastnými slovami:

Slide 13 - Kapitola 3 – Prínosy a riziká

Slide 14 – Prínosy

Rast objednávok

- Tým, že si overujeme zákaznícke potreby v reálnom čase, v každom okamihu ich návštevy, vieme dávať ciele a relevantné produktové odporúčenia. Personalizovaný obsah podporuje predaj vrátane takzvaného Cross-sellingu a Up-Sellingu.

Vyššia zákaznícka lojalita

- Individualizované informácie nám umožnia získať späť zákazníkov, ktorí nedokončili svoju návštevu, alebo objednávku. Zákazníka dokážeme osloviť cez rôzne digitálne kanály a vyberáme také, ktoré mu najviac vyhovujú.

Komplexný prístup k zákazníkovi

Integráciou rozličných nástrojov podporujúcich zákaznícku skúsenosť poskytujeme zákazníkovi jednotný a úplne personalizovaný zážitok a zároveň znižujeme chybovosť údajov, riziká a náklady.

Na čo si treba dať pozor? – položiť otázku do pléna

 **SPUSTENIE ZVUKU PREZENTÁCIE**

Slide 15 – Na čo si treba dať pozor

Nie každé nasadenie umelej inteligencie pri online predaji prinesie skvelé výsledky. Treba si dať pozor na nasledovné:

1. Nedostatočná kvalita údajov:

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

Použitie akýchkoľvek nástrojov pokročilých analýz alebo umelej inteligencie je vo veľkej miere závislé od kvality dát, ktoré sú použité. Ak sú dáta z nekvalitne spracované, nekonzistentné alebo sú nekompletné, umelá inteligencia sa nedokáže správne učiť a dáva zákazníkovi chybné odporúčania.

2. Nekvalitná implementácia:

Uponáhľané a nepremyslené implementácie mnohokrát končia sklamaním a nulovým, alebo negatívnym prínosom pre spoločnosť. Zákazníka môže takáto stránka skôr odradiť od nákupu alebo opakovanej návštevy internetového obchodu.

3. Prehnané očakávania od umelej inteligencie:

Umelá inteligencia sama o sebe negarantuje úspešné obchody. Nedokáže napríklad nahradiť chýbajúce alebo neúplné popisy výrobkov. Rovnako nedokáže zvýšiť predajnosť nekvalitných výrobkov so zlými zákazníkmi recenziami.

II ZASTAVENIE PREZENTÁCIE

Ukončenie prezentácie – variant 3

- *V prípade tých najvyspelejších poslucháčov sa lektor dostal až sem. Tu dochádza k ukončeniu výkladu.*
- *Je žiadúce, aby si lektor overil bezprostredne po výklade pochopenie výkladu zo strany poslucháčov.*
- *Rovnako dôležité je, aby lektor umožnil poslucháčom klásť otázky a odpovedal im na ne, poprípade im vysvetlil súvislosti, ktoré idú nad rámec ukončeného výkladu.*
- *Lektor by mal odporúčať poslucháčom, aby si pozreli v rámci samoštúdia prezentáciu na stránke www.paitool.eu*
- *Lektor by mal upozorniť poslucháčov, že digitálny vzdelávací obsah je na stránke v slovenskej aj anglickej verzii.*
- *Je na rozhodnutí lektora, či sa k obsahu vráti na niektorej z budúcich hodín formou preverenia získaných znalostí.*
- *Testy a skúšobné otázky nie sú súčasťou stránky www.paitool.eu ani tohto materiálu.*

III SPUSTENIE PREZENTÁCIE

Slide 16 – Na tvorbe kurzu spolupracovali

Financované Európskou úniou. Vyjadrené názory a postoje sú názormi a vyhláseniami autora(-ov) a nemusia nevyhnutne odrážať názory a stanoviská Európskej únie alebo Európskej výkonnej agentúry pre vzdelávanie a kultúru (EACEA). Európska únia ani EACEA za ne nepreberajú žiadnu zodpovednosť.

II ZASTAVENIE PREZENTÁCIE

Záver:

Online predaj je stále viac závislý od umelej inteligencie, ktorá dokáže získať a interpretovať množstvo detailov o zákazníkoch v reálnom čase. Poskytuje nám personalizované odporúčania a obsah. S týmito informáciami môžeme zákazníkom ponúknuť produktové odporúčania, osloviť ich v prípade nedokončených nákupov a zvýšiť ich záujem o online nákupy. Pri nasadení umelej inteligencie je dôležité dbať na kvalitu dát, dôkladnú implementáciu a realistické očakávania, aby sme dosiahli skutočný úspech a zabezpečili, že umelá inteligencia prispieva k lepším výsledkom online predaja.

Na záver by som chcel poďakovať všetkým účastníkom za ich pozornosť a otvorenosť pri počúvaní. Dúfam, že vás naša prezentácia inšpirovala a ak máte akékoľvek otázky alebo potrebujete viac informácií, sme tu, aby sme vám pomohli.