

Американское издание Wired рассказывает, что в Китае начался бум на ИИ-продавцов, которые якобы более эффективны нежели люди за счёт отсутствия человеческого фактора, в том числе усталости. Китайские компании начали активно использовать виртуальных продавцов на маркетплейсах, помогающих реальным ритейлерам.

Подчёркивается, что ИИ-помощники, основанные на больших языковых моделях (LLM), могут зачитывать тексты и отвечать на вопросы в режиме реального времени, и это позволяет брендам проводить трансляции круглосуточно, а также расширять аудиторию. В 2024 году продающие стримы обеспечили более 30% онлайн-продаж: каждый второй житель страны покупал товары во время подобных эфиров.

Некоторые бренды используют гибридные модели, когда человек проводит трансляцию первые часы, а затем его заменяет нейросеть.

Как отмечается, в целом технология не заменяет работу людей, а дополняет.