

Veepee emplea la inteligencia artificial para calcular y predecir la demanda



La compañía francesa de comercio electrónico Veepee se está apoyando en la inteligencia artificial (IA) para mejorar su plataforma, predecir el stock, proponer precios y mover campañas de descuento. “La previsión y gestión de la demanda la basamos en IA, de modo que calculamos la demanda en dos pasos, antes de la campaña basándonos en el stock y demanda histórica de la marca y luego, recalculando las previsiones cuando empieza la venta”, ha explicado el director de Operaciones de Veepee, Víctor del Pozo, en el SIL 2024.

De esta forma, antes de iniciar la campaña se envían a almacén los productos y se realizan previsiones de la necesidad del transporte y los recursos humanos. “El primer día de venta corregimos estas predicciones y recomendamos cuanto debe durar la campaña (10, 7, 5 días) porque sabemos cuando se estancarán las ventas y será el momento de sustituir los productos”, ha añadido. Además, hasta ahora la empresa basaba su modelo en recoger y poner a la venta en forma online los productos que las marcas tenían en stock al final de la temporada al 70%. Sin embargo, ahora han creado también una opción en la plataforma con descuentos

medios para que se deshagan de su inventario aunque no sea final de temporada.

Otro de los usos que le están dando a la inteligencia artificial es el forecast por unidad comercial, talla, color, etc para recomendar precios. “No hemos implantado el precio dinámico porque no queremos que cambie si compras el primer día o el quinto, pero si vemos que flaquean las ventas de un producto recomendamos su bajada desde el principio gracias a la recopilación de datos y la predicción”, ha especificado Víctor del Pozo. En esta línea, están trabajando en un proyecto piloto de recomendación de productos no sólo basado en el modelo y el color, sino en las especificaciones concretas del producto y que, además, incluya otras campañas.

La firma también emplea algoritmos de reconocimiento de imagen para clasificar el producto y «hemos introducido la posibilidad de describir lo que quieres para que la página te recomiende, por ejemplo, puedes poner en el buscador que quieres un vestido largo para una boda en verano y la página te dirige”, ha destacado el director de Operaciones de Veepee. En este contexto, personalizan el “escaparate de la web” en función del usuario gracias a la información que reciben de sus compras. “Le presentamos un escaparate diferente que a otra persona con otro perfil gracias a todos los datos que recopilamos y a la IA”, ha destacado Del Pozo.

Por otro lado, el director de Operaciones de Veepee, Víctor del Pozo, ha señalado que también se están apoyando en la herramienta de ChatGPT. “Hemos creado una herramienta propia basada en ChatGPT para automatizar algunas operaciones como la traducción o las respuestas de servicio al cliente en picos de demanda”, ha ejemplificado. A este respecto, ha concluido que, tras la implantación de la inteligencia artificial, han tenido que formar al 79%del equipo “para que aprendan a usarla, igual que con el ChatGPT, que ya lo usan el 50% de nuestros empleados, de hecho, es la cuarta herramienta que más usan”.