

Sztuczna inteligencja zmienia handel oponami

data aktualizacji: 2026.06.26



O tym, kto wygrywa, nie decydują algorytmy, lecz dane - przekonywał podczas minionych targów The Tire Cologne 2026 Michael Saitow. Szef firmy ALZURA AG demonstrował, w jaki sposób sztuczna inteligencja już dziś zmienia handel oponami oraz branżę automotive.

Podczas targów The Tire Cologne 2026 Michael Saitow, CEO i założyciel ALZURA AG, dowodził, że o sukcesie nie decydują algorytmy, lecz jakość, struktura i dostępność danych.

- Wiele mówi się dziś o modelach AI. Tymczasem kluczowym czynnikiem są dane. Kto nie potrafi ich uporządkować, ujednoczyć i połączyć, nie wykorzysta pełnego potencjału sztucznej inteligencji - powiedział Saitow przed branżową publicznością.

Zdaniem Saitowa sztuczna inteligencja nie jest już tematyką przyszłości, lecz praktycznym narzędziem codziennej pracy operacyjnej. W handlu oponami i branży motoryzacyjnej umożliwia ona efektywną analizę dużych zbiorów danych, automatyzację procesów oraz realne odciążenie pracowników.

Systemy oparte na AI potrafią dziś łączyć informacje techniczne i instrukcje naprawcze z różnych źródeł, a następnie w kilka sekund przygotować je w formie dopasowanej do konkretnego przypadku. Dzięki temu pracownicy warsztatów szybciej otrzymują informacje niezbędne do diagnozy i naprawy. Nowe możliwości pojawiają się również w doradztwie dotyczącym opon. AI analizuje testy, dane techniczne, doświadczenia użytkowników oraz informacje rynkowe, a następnie wyprowadza indywidualne rekomendacje - dopasowane do typu pojazdu, profilu użytkownika i oczekiwań klienta. Pozwala to na znacznie bardziej precyzyjne i odpowiadające rzeczywistym potrzebom doradztwo.

W komunikacji z klientami pierwsze zadania przejmują już voiceboty oparte na AI: odbierają połączenia, koordynują terminy i informują o statusie zlecenia. W całej ścieżce klienta - od wyszukiwania produktu, przez przygotowanie oferty, aż po akceptację dodatkowych prac - procesy można automatyzować i przyspieszać. Oznacza to mniej obowiązków administracyjnych i więcej czasu na doradztwo oraz kontakt z klientem.

AI dostarcza także nowych podstaw decyzyjnych w obszarze sprzedaży. Systemy analizują ceny rynkowe, lokalny popyt, dane pogodowe oraz wyniki sprzedaży i na tej podstawie rekomendują optymalne podejście do polityki cenowej.

- AI nie zastępuje decyzji biznesowych. Pomaga podejmować lepsze decyzje w oparciu o znacznie większą ilość danych - podkreślił Saitow.

Jako jedno z głównych wyzwań wskazał rozproszoną architekturę systemową w wielu firmach. Izolowane zbiory danych, różne rozwiązania software'owe oraz brak standardów utrudniają efektywne wykorzystanie AI. W tej sytuacji platformy odgrywają kluczową rolę, ponieważ integrują dane z różnych źródeł, harmonizują je i udostępniają do dalszych zastosowań. Oprócz szans Saitow zwrócił uwagę również na ryzyka związane z przetwarzaniem wrażliwych danych firmowych i danych klientów. Ochrona danych, jasne procedury, odpowiednio przeszkoleni pracownicy oraz właściwi partnerzy technologiczni są - jego zdaniem - warunkiem bezpiecznego i skutecznego wykorzystania sztucznej inteligencji.

Jego wniosek jest jasny: AI stanie się stałym elementem branży. Kluczowym czynnikiem konkurencyjności pozostanie jednak baza danych. Firmy, które konsekwentnie uporządkują i połączą swoje dane, będą mogły zwiększyć efektywność procesów, poprawić jakość obsługi i w dłuższej perspektywie umocnić swoją pozycję konkurencyjną.

Fot. Alzura

Źródło: