

Patru din zece consumatori ar apela la instrumente de tip ChatGPT pentru activitatile de la locul de munca (raport)

Patru din zece consumatori globali (44%) sunt dispusi sa utilizeze inteligenta artificiala conversationala, precum ChatGPT, pentru a finaliza activitati la locul de munca, potrivit editiei a 17-a a raportului anual "Life Trends", publicat de Accenture.

În acelasi context, 42% dintre respondenti au afirmat ca sunt dispusi sa apeleze la instrumente de inteligenta artificiala conversationala pentru recomandari de produse, iar 33% pentru a primi sfaturi în materie de sanatate si wellness.

Potrivit raportului de specialitate, reducerea calitatii sau a cantitatii (shrinkflation), declinul serviciilor (skimpflation), deficiente în servicii pentru clienti si abonamente nedorite duc la sentimentul ca marcele își încalca în tacere promisiunile.

Pe acest fond, peste trei sferturi dintre cei chestionati (77%) au declarat ca sunt familiarizati cu inteligenta artificiala conversationala, iar 35% considera ca design-urile aplicatiilor sunt indistincte, un sentiment care creste la aproape 40% în rândul celor cu vârste între 18 si 24 de ani.

De asemenea, aproape o treime dintre consumatori spun ca tehnologia le-a complicat viata la fel de mult pe cât le-a simplificat-o, 31% sustin ca notificarile constante controleaza utilizarea tehnologiei personale, 27% fac referire la algoritmi, în timp ce alti 27% noteaza ca responsabila este atractia derularii nesfârșite.

Totodata, în privinta planurilor, raportul citat arata ca 48% dintre indivizi se gândesc la proiecte pentru viata lor pe mai putin de 12 luni înainte sau deloc.

Realizatorii cercetarii puncteaza faptul ca, în ultimii trei ani, s-a observat o scadere în valoarea acordata unor repere traditionale, cum ar fi casatoria (de la 30% la 21%), absolvirea unei facultati (de la 30% la 24%) si mutarea din casa parinteasca (de la 23% la 17%).

"Acele noi perspective vor genera viziuni diferite asupra produselor si serviciilor. Afacerile care se adapteaza, creeaza experiente simple care contesta normele si sustin unicitatea oamenilor vor ramâne relevante pentru consumatorii în continua evolutie", se mentioneaza în document.

Raportul Accenture a intervievat, în luna august a acestui an, 15.227 de persoane din 21 de tari. Prognoza anuala de referinta identifica tendintele digitale emergente si actiunile pe care trebuie sa le întreprinda afacerile în 2024, prin intermediul aportului si a informatiei obtinute prin colaborarea cu reseaua globala a designerilor, creatorilor, tehnologilor, sociologilor si antropologilor Accenture Song.

Accenture este o companie globala de servicii profesionale, cu aproximativ 733.000 de angajati care deservesc clienti din peste 120 de tari.