E-Commerce
Moda España

La IA ya vende looks, no prendas

Únete al canal de WhatsApp

La IA ya vende looks, no prendas

El 11 de noviembre, J.Crew presentó Style Advisor, un asistente de compra con inteligencia artificial que intenta aconsejar como lo haría un estilista: no se limita a encontrar una prenda, sino que propone cómo combinarla según la ocasión. La herramienta, que se estrena en la web de escritorio de la marca, se apoya en datos de miles de conjuntos y en los principios de estilismo de la casa. No es un movimiento aislado. Zalando, que el 3 de noviembre presentó su primer agente de compra con IA, contabiliza ya 22 millones de personas que han usado su asistente en lo que va de año, y prepara Zalando Extended para que sus clientes compren en otras tiendas sin salir de su app.

El patrón se repite: la búsqueda pasa de la prenda al look. Y eso tiene una consecuencia directa sobre la imagen, porque un asistente solo puede recomendar un conjunto si la tienda tiene con qué enseñarlo. J.Crew cuenta con años de sesiones en las que sus prendas aparecen combinadas; una tienda multimarca o una marca propia mediana, no. En Stilaro, plataforma española de fotografía de moda generada con IA para tiendas online, lo ven a diario con quienes usan su herramienta Studio: la ficha de producto se ha pensado siempre para una prenda suelta, y la clienta cada vez decide mirando el conjunto entero. Por eso su apuesta pasa por poder vestir el look completo en una misma foto a partir de las prendas que ya están en el catálogo, sin esperar a que coincidan en una sesión.

Hay matices que conviene no perder de vista. Estos asistentes están en una fase temprana y, de momento, son cosa de grandes operadores con equipos técnicos propios. Además, un estilista con IA es tan bueno como el catálogo que lo alimenta: si las fichas no muestran bien la prenda puesta, las variantes están incompletas o las combinaciones no existen en imagen, la recomendación será pobre por muy avanzado que sea el modelo. Para las tiendas españolas, el reto inmediato no es construir un asistente propio, sino tener el contenido visual que esos asistentes, propios o ajenos, van a necesitar para recomendar sus prendas.

El impacto para el sector es un cambio en la unidad de venta. Durante años, el e-commerce de moda se ha organizado alrededor de la prenda; los asistentes con IA lo empujan hacia el conjunto, la ocasión y la clienta concreta. Las tiendas que adapten su imagen a esa lógica, con prendas mostradas puestas y combinadas entre sí, estarán mejor colocadas cuando estos asistentes se generalicen en España, algo que ya no parece una cuestión de si, sino de cuándo.



Imagen cedida por cortesía de Stilaro

Imágenes generadas; el modelo no es una persona real.

Fuentes: Diario Bitcoin, Reuters vía Dr. Web y Stilaro