

ai economy

Keresésből checkout: az AI-vezérelt kereskedelem következő korszaka

2026. 09. 07. 11:25

Quantum Stage

HUN · 20 perc

**Vadász Illés**

Industry Manager · Google

Vadász Illés, a Google iparági vezetője, keretet állít fel a következő, első valóban MI-vezérelt ünnepi szezonra való átálláshoz.

MIRŐL VOLT SZÓ

A prezentáció kiemeli, hogy a Google miként ruházza fel a felhasználókat superképességekkel az AI Overviews és az AI Mode révén. Ezek az innovációk lehetővé teszik a felhasználók számára, hogy a gondolat sebességével hozzanak megalapozott döntéseket, és a felhasználók 77%-a arról számol be, hogy ezekkel az eszközökkel gyorsabban hozhat jobb döntéseket, például a kutatási fázisban, amikor például karácsonyi ajándékokat keresnek. A felhasználók egyre inkább felhatalmazottá válnak, és a konkrét termékkereséseken túl szélesebb, inspirációalapú lekérdezésekre térnek át, amelyek lehetővé teszik a rendszer számára, hogy reagáljon a konkrét hangulatokra vagy életmódokra.

A keresés fejlődése a brainstorming és a széles körű feltárás irányába történő elmozdulást jelenti, ahol a lekérdezések 30%-a gyorsabban növekszik, mint más típusok. Vadász Illés példát hoz fel egy felhasználóra, aki egy endoszkópos kamerát fedez fel egy konkrét probléma megoldására, miután leírta a helyzetét a keresőmotorban. Ezt a váltást a Shopping Graph támogatja, amely több mint 60 milliárd terméket tartalmaz, valamint az Universal Commerce Protocol, egy közös nyelv a rendszerek közötti kommunikációhoz és a zökkenőmentes tranzakciók elősegítéséhez.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- A vásárláshoz használt AI módot használó felhasználók 95%-a hasznosnak találta a tapasztalatot.
- A felhasználók hosszabb, pontosabban megfogalmazott keresési lekérdezéseket adnak meg a hagyományos kereséshez képest.
- A Universal Commerce Protocol lehetővé teszi a háromkattintásos fizetési folyamatot anélkül, hogy a felhasználóknak el kellene hagyniuk a Google felületét.

ÜZLETI HATÁS

A Gemini és a Shopping Graph integrációja lehetővé teszi a zökkenőmentes kereskedelmi élményt, ahol a termékeket közvetlenül olyan felületeken keresztül lehet megvásárolni, mint a YouTube. Ez a változás célja, hogy megszüntesse a fizetési folyamatban lévő súrlódást, és lehetővé tegye egy, a Google Fiókhoz kapcsolódó univerzális bevásárlókosár használatát. A Google közvetítőként, nem pedig piactérként működik, így közvetlen kapcsolatot tart fenn a vásárló és az eladó között, miközben a valós idejű készlet- és szállítási lekérdezések révén leegyszerűsíti a vásárláshoz vezető utat.

KÖVETKEZTETÉS

Vadász Illés azt javasolja, hogy a kereskedők készüljenek fel a Merchant Centerben magas minőségű, ellenőrizhető adatok és gazdag vizuális tartalom biztosításával. Létfontosságú, hogy olyan automatizált kampányokat használjanak, mint az AI Max, P Max vagy a Demand Gen, hogy gyorsan reagálhassanak a felhasználói kereslet kiszámíthatatlan változásaira. Végül a vállalkozásoknak okos ökoszisztéma-szemléletet kell alkalmazniuk, biztosítva, hogy minden adat és csatlakozó készen álljon az Universal Commerce Protocolon keresztül történő belső rendszerek közötti kommunikációra.

ai economy

From Search to Checkout: How AI Is Shaping the Next Era of Commerce

2026. 09. 07. 11:25

Quantum Stage

HUN · 20 perc

**Illés Vadász**

Industry Manager · Google

Illés Vadász, Industry Manager at Google, establishes a framework for the upcoming holiday season as the first truly AI-driven period for commerce.

WHAT WAS DISCUSSED

Illés Vadász explains how innovations like AI Overviews and AI Mode are transforming the search experience by providing concise, AI-generated summaries and integrated chat functions. These tools empower users to make informed decisions at the speed of thought, with 77% of users reporting they can make better decisions faster by utilizing these features during the research phase, for example, when searching for holiday gifts.

The presentation highlights a shift toward broader, inspiration-based queries where users describe moods or lifestyles rather than specific products. Illés Vadász notes that brainstorming-type searches are growing by 30% faster than other categories, allowing the system to suggest products the user had not previously considered, such as an endoscopic camera to retrieve a lost ring. These elements collectively signify a transition toward a frictionless, agent-assisted shopping journey where the gap between product discovery and purchase is minimized.

KEY TAKEAWAYS

- 95% of users who used AI Mode for shopping found the experience useful, while 73% reported an improved shopping experience.
- Users are inputting search queries that are three times longer in AI Mode compared to traditional search.
- The Shopping Graph contains over 60 billion products, with 3 billion of those updated every hour.

BUSINESS IMPACT

The integration of the Universal Commerce Protocol and Gemini allows for a three-click checkout process directly within Google interfaces like YouTube or Search. This infrastructure enables real-time communication with merchant systems to verify stock and shipping costs without requiring the user to leave the current platform. Furthermore, the development of a universal shopping cart linked to a Google Account aims to reduce abandoned carts by allowing users to save items across different websites for later purchase.

CONCLUSION

Illés Vadász recommends that businesses prepare for these rapid technological shifts by providing high-quality, verifiable data in the Merchant Center, including descriptive text and high-quality visual content. They suggest utilizing automated, flexible campaigns like AI Max, P Max, or Demand Gen to react quickly to volatile user trends. Finally, the speaker encourages a shift toward an ecosystem mindset where internal systems and external interfaces are fully connected to facilitate seamless interactions between buyers and merchants.