



MAZDA MOTOR POLAND – INFORMACJA PRASOWA

MAZDA MOTOR EUROPE I DATASOLUT OPRACOWUJĄ SKALOWALNE NARZĘDZIE OPARTE NA SZTUCZNEJ INTELIGENCJI DO ZAUTOMATYZOWANEGO PRZETWARZANIA OPINII KLIENTÓW

- Wspólnie opracowane narzędzie oparte na sztucznej inteligencji umożliwia przetwarzanie opinii klientów pochodzących z różnych krajów i kultur
- Ścisła współpraca zapewniła powstanie cieszącego się uznaniem i skutecznego rozwiązania w zakresie obsługi klienta
- Projekt został zaprezentowany 26 marca 2026 r. podczas konferencji Data Unplugged

Münster / Leverkusen, 27 marca 2026 r. Działy obsługi klienta działające w różnych krajach często borykają się z problemem rozproszonych strumieni danych i konieczności powolnego ręcznego ich przetwarzania. Mazda Motor Europe i Datasolut podjęły wyzwanie, by wspólnie stworzyć rozwiązanie, które centralizuje przetwarzanie wielojęzycznych zapytań klientów.

Nowe rozwiązanie automatycznie tłumaczy opinie zebrane w dwunastu europejskich centrach obsługi klienta Mazdy z dowolnego języka na spójny format, gwarantując, że końcowe wnioski nie zależą od języka, w jakim zgłoszenie zostało pierwotnie przesłane. Narzędzie stosuje ujednoliconą klasyfikację tematyczną na wszystkich rynkach, umożliwiając spójne porównanie typów zapytań w różnych krajach.

Ponadto zintegrowana analiza emocji przetwarzanych wpisów pomaga wykrywać nastroje klientów, pojawiające się wzorce i zmieniające się trendy. Ponieważ cały proces przebiega niemal w czasie rzeczywistym, wnioski są dostępne natychmiast, co ogranicza nakład pracy ręcznej i umożliwia szybszą reakcję na potrzeby klientów. To ujednolicone podejście pozwala na wcześniejsze wykrywanie trendów, porównania między rynkami oraz podejmowanie bardziej świadomych decyzji biznesowych.

Technologia wspiera współpracę zespołów

Sukces rozwiązania nie wynikał wyłącznie z technologii. Był on wynikiem ścisłej współpracy między zespołem analitycznym Mazda Motor Europe a ekspertami ds. inżynierii danych z firmy Datasolut. Na początku, przed przystąpieniem do automatyzacji procesu, oba zespoły poświęciły czas na jasne zdefiniowanie problemu biznesowego upewniając się, że rozwiązanie odpowiada na rzeczywiste bolączki w zakresie obsługi klienta.

„Sztuczna inteligencja nie zastępuje ludzkiej wiedzy eksperckiej w obsłudze klienta” – mówi Thomas Fontaine, starszy kierownik ds. analiz konsumenckich w Mazda Motor Europe. „Wzmacnia ją uwalniając pracowników od ręcznej pracy i pozwalając im skupić się na klientach oraz podejmowaniu lepszych decyzji.”

Narzędzie stworzone z myślą o rzeczywistych potrzebach przedsiębiorstw

„Ten projekt pokazuje, co można osiągnąć, gdy inżynieria danych i wiedza biznesowa idą w parze” – zauważa Susanne Heinrichs, starsza inżynier ds. danych i sztucznej inteligencji w firmie Datasolut. „Jasne



MAZDA MOTOR POLAND – INFORMACJA PRASOWA

zdefiniowanie problemu przez Mazdę oraz nasze doświadczenie w zakresie skalowalnych platform AI pozwoliły nam wspólnie stworzyć rozwiązanie, które w ciągu kilku sekund przekształca złożone opinie klientów w przydatne dla firmy wnioski”.

Rozwiązanie opracowane przez Mazda Motor Europe i Datasolut wkrótce wejdzie w życie, gdyż od samego początku zostało zaprojektowane z myślą o rzeczywistych wymaganiach różnych przedsiębiorstw. Jest w pełni skalowalne do różnych rynków, zespołów i źródeł danych, co pozwala na płynne dodawanie nowych języków lub kanałów obsługi klienta w miarę ewolucji potrzeb biznesowych.

Projekt został zaprezentowany 26 marca 2026 roku podczas konferencji Data Unplugged w Münster w Niemczech, gdzie Thomas Fontaine i starsza inżynier ds. danych i sztucznej inteligencji w firmie Datasolut, Susanne Heinrichs, przedstawili architekturę narzędzia, wnioski oraz praktyczne efekty wdrożenia.