# Światło, które sprzedaje więcej: jak oświetlenie wpływa na decyzje zakupowe klientów?

Wizja przyszłości, w której technologia sama kreuje doświadczenia zakupowe, urzeczywistniła się dzięki przełomowemu rozwiązaniu **Track Light AI LED line x Caimeta**. To już nie jest zwykłe oświetlenie, lecz **zaawansowany system, który wykorzystuje sztuczną inteligencję (AI) do autonomicznego dostosowywania się do otoczenia i ekspozycji**. Efekt? Bezpośredni wpływ na percepcję i decyzje zakupowe klientów, bez konieczności ingerencji obsługi sklepu.

## Przełom w technologii: światło, które myśli

Track Light AI to pierwszy system szynowy LED, który samodzielnie dobiera barwę światła, zapewniając odwzorowanie barw na poziomie 98% lub wyżej. Ponadto jako pierwsza lampa na rynku łączy wysoki CRI z pełnym widmem RGB, co daje szerszą paletę odwzorowania i bardziej kontrolowane nasycenie kolorów. Definicja światła nabiera nowego znaczenia dzięki zintegrowanym, inteligentnym technologiom **AIcolor™** i **AICCT™**. System ten przekształca oświetlenie w **samoregulujące się narzędzie**. Jak to robi?

– Track Light AI realnie myśli za użytkownika. Dzięki AIcolor™ i AICCT™ oprawa analizuje materiały, kolory i otoczenie, a następnie dobiera widmo oraz temperaturę barwową tak, aby najlepiej oddać kolorystykę produktów znajdujących się na ekspozycji. To światło, które dostosowuje się do ekspozycji bez żadnej ingerencji człowieka. – mówi Przemysław Kowalczyk, CEO LED line. – System analizuje przestrzeń w czasie rzeczywistym: widzi materiały, faktury i dominujące tonacje. Na tej podstawie sam dobiera zarówno widmo, jak i temperaturę barwową, płynnie poruszając się w zakresie od 2700 do 6500K. Algorytmy odpowiadają za precyzyjne równoważenie intensywności oraz nasycenia, co pozwala osiągnąć jakość światła o dokładności CRI powyżej 98, zapewniając jakość światła porównywalną z naturalnym światłem dziennym. Co więcej, system nie działa jedynie punktowo, ale dynamicznie dostosowuje się do zmian ekspozycji: zmienia barwę i moc w zależności od tego, co oświetla, jaką funkcję pełni pomieszczenie. Ponadto analizuje natężenie ruchu w sklepie, tworząc mapę cieplną dla łatwiejszego zarządzania powierzchnią sklepową. Wyznacza nową klasę jakości w oświetleniu retail.

## Światło, które sprzedaje

Oświetlenie Track Light AI rozumie kontekst, sprawiając, że każda przestrzeń zyskuje własną, najlepszą interpretację barwy i nastroju. Odpowiednie parametry światła wpływają bezpośrednio na emocje klientów, poprawiają percepcję kolorów i, co kluczowe – **wpływają na decyzje zakupowe**.

AI CCT™ zapewnia, że barwy produktów zawsze wyglądają naturalnie i spójnie z zamierzoną ekspozycją, dbając o jakość wizualną i komfort widzenia. System płynnie dostosowuje spektrum światła do rodzaju ekspozycji i kolorystyki produktów, tak aby każdy z nich prezentował się maksymalnie atrakcyjnie.

W przypadku świeżej żywności światło jest precyzyjnie kalibrowane tak, by podkreślać naturalny połysk skóry ryb, soczystość mięsa oraz głębię czerwieni – bez sztucznego przerysowania barw. Z kolei ciepłe, miękkie światło wydobywa złocisty odcień skórki i strukturę pieczywa, sprawiając, że wypieki wyglądają świeżo, chrupiąco i niezwykle apetycznie.

– Co bardzo ważne w kontekście sklepów spożywczych, system pozwala znacznie redukować emisję światła niebieskiego, wpływając tym samym na wydłużoną świeżość produktów takich jak owoce i warzywa, spowalniając ich proces starzenia. Teraz taki system jest czymś przełomowym, ale uważam, że z czasem stanie się on standardem w branży retail. – podkreśla właściciel marki LED line.

W ekspozycjach jubilerskich Track Light AI wzmacnia blask metali i uwydatnia czystość kamieni szlachetnych, nadając całości wrażenie luksusu i wyrafinowania. Z kolei odzież zyskuje światło, które podkreśla fakturę tkanin i głębię koloru, wiernie oddając barwy materiałów. Wszystko po to, by klienci widzieli dokładnie to, co widzieć powinni: produkty w najlepszej, prawdziwej odsłonie.

## Inteligentne dane: światło jako narzędzie analityczne (AIBBS™)

Track Light AI konwertuje światło w cenne dane, **działając jako menedżer sklepu, który sam zbiera i analizuje informacje**.

– AIBBS™ wnosi do przestrzeni handlowej zupełnie nowy poziom świadomości. System na bieżąco analizuje ruch klientów, sposób korzystania z poszczególnych stref i realne zainteresowanie ofertą, począwszy od tego, przy których półkach klienci zwalniają, po to, jakie produkty biorą do ręki. Dzięki temu dostajemy niezwykle precyzyjny obraz tego, co przyciąga uwagę, a co wymaga zmiany ekspozycji. – wyjaśnia Przemysław Kowalczyk. – Dane przekształcane są w czytelne trendy, prognozy i konkretne rekomendacje zakupowe: system podpowiada, które produkty warto wyeksponować, co przearanżować, a co przenieść do bardziej aktywnych stref. Tworzone w tle mapy cieplne jasno pokazują miejsca „gorące” i „zimne”, ułatwiając podejmowanie codziennych decyzji marketingowych i merchandisingowych. Co ważne, AIBBS™ myśli też o efektywności – automatycznie redukuje moc oświetlenia w nieużywanych strefach, oszczędzając energię bez wpływu na komfort kupujących. – dodaje.

Dzięki integracji z systemem CAIMETA® i intuicyjnym panelom, dane zbierane przez oprawy są synchronizowane i prezentowane, dając **realne narzędzie analityczne porównywalne z danymi e-commerce**. Track Light AI nie tylko oświetla, ale też reaguje, analizuje i **pomaga zwiększyć efektywność sprzedaży**.

**Światło, które warto „zatrudnić”**

Track Light AI pokazuje, że technologia przyszłości działa tu i teraz. To oświetlenie, które widzi więcej i reaguje na zachowania użytkowników. Samodzielnie dobiera atmosferę, barwę i intensywność światła. Tworzy warunki, które wzmacniają pozytywny odbiór przestrzeni i realnie wpływają na decyzje zakupowe. Działa niczym zaawansowany, niewidzialny doradca klienta i merchandisingowiec w jednym.