

E-komercijas attīstības tendences 2025–2026: Pārskats.

E-komercijas ainava 2025.- 2026. gadā iezīmē pāreju uz tehnoloģijās balstītu, bet cilvēkam personisku pieredzi. Centrālais elements šajā attīstībā ir **mākslīgais intelekts (MI)**, kas transformējas no vienkāršas produktu meklēšanas uz "aģentorientēto komerciju". MI asistenti spēs autonomi salīdzināt preces un pabeigt pirkumus lietotāja vārdā, pat neapmeklējot tradicionālo apmaksas lapu. Tiek prognozēts, ka MI vadīta meklēšana līdz 2028. gadam apsteigs tradicionālo, jo tā spēj uztvert patērētāja vēlmes reāllaikā, balstoties uz uzvedību un noskaņojuma signāliem.

Personalizācija kļūst par izšķirošu faktoru konkurences cīņā, jo patērētāji arvien vairāk sagaida autentisku un godīgu komunikāciju no zīmoliem. MI rīki ļauj mazumtirgotājiem pielāgot iepirkšanās ceļu katram indivīdam, optimizējot ne tikai ieteikumus, bet arī dinamisko cenu noteikšanu un klientu apkalpošanu.

Sociālā komercija turpina nostiprināties kā jaunais "tirdzniecības centrs", kurā produktu atklāšana, kopienas iesaiste un pirkšana notiek vienuviet. 43% Gen Z paaudzes patērētāju iepirkšanās meklējumus sāk TikTok, nevis Google. Lietotāju radīts saturs (UGC) un tiešraides iepirkšanās pasākumi padara procesu pieredzes bagātu un mazāk transakciju orientētu. Latvijā sociālos medijus mārketingam izmanto jau vairums lielo un vidējo uzņēmumu.

Papildus tehnoloģijām, 2026. gadā ES regulējuma ietekmē pieaugs **caurspīdīgums**, ko veicinās obligātās Digitālās produktu pases. Nostiprināsies arī hibrīda iepirkšanās modelis, apvienojot tiešsaistes ērtības ar fizisko veikalu taktīlajām priekšrocībām. Panākumus šajā vidē gūs tie zīmoli, kas spēs nodrošināt kvalitatīvus un strukturētus produktu datus visos kanālos.

Piezīme: Šis teksts ir ģenerēts, izmantojot Google NotebookLM analīzi, balstoties uz pievienotajiem izmantotajiem avotiem

Izmantotie avoti:

1. *5 Trends That Will Shape the 2026 eCommerce Landscape | Akeneo (2026. gada prognozes)*
2. *CMI 2024 Complete Light v1 | Content Marketing Institute (Nozares dati)*
3. *E-komercija Latvijā: fakti, statistika un tendences 2025 | eComStrive (Latvijas tirgus dati)*