



La inteligencia artificial está cambiando la forma de hacer comercio electrónico.

Gonzalo Tabusso

Septiembre – 2022

Sin duda que la pandemia ha cambiado los hábitos de consumo de los clientes y ha obligado a los comercios a repensar sus estrategias. En este artículo nos centraremos en una estrategia capaz de cambiar todo el paradigma: la inteligencia artificial.

Pero... ¿de qué manera se puede implementar inteligencia artificial en mi comercio? A continuación, te lo voy a mostrar, pero primero debemos entender qué es la inteligencia artificial.

La misma es una rama de la informática que se centra en la creación de sistemas inteligentes, capaces de realizar tareas en las que el ser humano es el principal protagonista.

Como ejemplo podemos citar el uso que le da Google, en donde es capaz de realizar búsquedas en la web de información, las redes sociales o las aplicaciones.

La inteligencia artificial también es capaz de analizar y obtener información a partir de datos. De esta forma, se pueden crear algoritmos capaces de analizar y procesar grandes cantidades de estos datos de forma rápida y eficiente.

Como otro ejemplo podemos citar la utilización que de ella hace Facebook, en donde es capaz de analizar las fotos y videos de sus usuarios para mostrarles los contenidos que más les pueden interesar.

La inteligencia artificial también se puede utilizar para la creación de robots capaces de realizar tareas en lugares donde el ser humano no puede estar presente, como el espacio.

Por último, también se puede utilizar para la creación de sistemas capaces de tomar decisiones por sí mismos.

Ahora que ya entendemos mejor que es la inteligencia artificial (IA) ¿Cómo se la puede aplicar al comercio electrónico?

A continuación, vamos a ver algunos ejemplos.

1. Mejora de la experiencia de usuario

Para personalizar esta experiencia en función de las preferencias y hábitos de consumo de cada uno de ellos.

2. Análisis de datos

Para analizar la conducta de compra de los usuarios. De esta forma, se pueden obtener insights útiles para mejorar la estrategia de marketing y de ventas.

También puede utilizarse para analizar el comportamiento de los usuarios en el sitio web. De este modo, se pueden obtener insights útiles para mejorar el diseño y la navegabilidad del mismo.

3. Predicción de ventas

Para predecir la demanda de un producto. Asimismo, y estrechamente relacionado al punto anterior, también puede utilizarse para adelantarnos al comportamiento de los usuarios en el sitio web, lo que también permite tomar decisiones respecto a su diseño y navegabilidad.

4. Automatización de procesos

Para automatizar el proceso de selección de productos. A su vez, puede utilizarse para automatizar el proceso de pago. De esta forma, se pueden simplificar y agilizar los procesos de compra y de pago.

5. Mejora de la seguridad

Para detectar y evitar fraudes en las transacciones. Asimismo, también puede utilizarse para la detección de malware y otras amenazas.

6. Generación de leads

Para segmentar a los usuarios en función de la conducta de compra. De esta forma, se pueden generar leads más calificados.

7. Mejora de la atención al cliente

Para detectar necesidades y preferencias. De esta forma, se puede ofrecer a los clientes una atención más personalizada, por ejemplo, utilizándose para el envío de mensajes personalizados, lo que mejora la relación con los clientes.

Como conclusión, la inteligencia artificial cambiará la forma en que los consumidores se relacionan con nuestros comercios. Cuanto más rápido transformemos digitalmente los mismos, podremos adaptarnos de una mejor manera a estas nuevas tecnologías que se están utilizando en este mundo virtual.

Este texto que estás leyendo fue creado en base a GPT-3, una inteligencia artificial que tiene la funcionalidad de generar textos sobre temas específicos y es utilizado para copywriting, traducciones, estructurar textos, detectar sentimientos en mensajes, brainstorming para la creación de nombres de productos, crear anuncios sobre productos que llamen la atención, chatbot, entre muchas otras funcionalidades.

Fuente: <https://beta.openai.com/examples>



Gonzalo Tabusso

Co-Fundador y socio ejecutivo de Salesciology

Especialista en entrenamiento, desarrollo y gerenciamiento de proyectos IT.

Master en Inteligencia Artificial – AI Bootcamp Málaga, España

<https://www.linkedin.com/in/gonzalo-tabusso/>