DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/all/themes/mincom/logo.png

DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal_mincom_v2/sites/default/files/styles/noticias/public/robots-hands-typing-on-keyboard-b5xw2cs.jpg

Fuente:
tynmagazine

La pandemia por COVID-19 ha acelerado las tendencias existentes e incrementó la presión en las empresas para transformar sus operaciones y madurar digitalmente. La Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en parte integral de la transformación digital, ya que ayuda a las empresas a ser más eficientes, más productivas, y que puedan llegar a los consumidores de la mejor manera.

“Aún antes de la pandemia, la IA ya estaba teniendo un gran impacto en los negocios de diversos sectores”, anota Miguel Machado, CEO de The Keenfolks. Se estime que el valor del mercado de la IA en 2027 estará cerca de los $270 millones de dólares, creciendo cada año a un ritmo de 33.2%.

Aquí les dejamos algunas de las tendencias que dominarán en 2021:

1. Transformación del negocio

En un escenario donde la competencia y el consumidor evolucionan rápidamente, poder predecir de manera precisa la demanda del mercado y capitalizarlo en nuevas oportunidades es vital para alcanzar una ventaja competitiva. La IA ayuda a las compañías a identificar oportunidades sobre nuevos productos y servicios y acorta el tiempo para maximizar las ganancias.

La IA está empoderando a los negocios con la habilidad de predecir el comportamiento del consumidor de manera precisa. Las empresas reúnen una gran cantidad de datos que provienen de diferentes canales, pero más del 73% de los datos no son utilizados.

2. Sitio web y comercio electrónico

Utilizar la IA para el desarrollo de sitios web y la experiencia del usuario se puede colocar a las marcas al frente de la competencia e incrementar los ingresos provenientes del comercio electrónico. La IA puede analizar los datos de fuentes externas y combinarlos con el comportamiento de las visitas en sitio para crear con ello experiencias personalizadas en línea que generen más conversaciones y, por lo tanto, más ventas.

La IA nos permite procesar los datos y convertirlos en conocimiento práctico para mejorar la experiencia de cada uno de los usuarios. Los elementos del diseño, el contenido y los mensajes se pueden optimizar en tiempo real. El 75% de los negocios que implementan chatbots reportan una mejor satisfacción del cliente en al menos un 10%.

3. SEO

La IA hace que el proceso de extracción de datos sea más rápido y exacto. Desde analizar las estrategias de

la competencia, hasta revelar palabras clave sin explorar, la IA mejora el desempeño de las estrategias del SEO para asegurar que las marcas sean visibles en el ranking de las búsquedas.

Las marcas solo pueden capitalizar los micro momentos estando presentes con el contenido correcto cuando la gente está siendo más receptiva. Conocer la intensión detrás de las búsquedas es de vital importancia para poder crear el contenido correcto, con las palabras clave de búsqueda específicas.

Las búsquedas visuales son una tendencia que está creciendo, más del 60% de los millennials y de la Gen Z prefieren este tipo de búsquedas por encima de las demás. Por medio del uso de la IA se puede optimizar la búsqueda de imágenes por medio de la voz.

4. Marketing de contenidos

El contenido requiere ser altamente relevante y personalizado para crear impacto. Por medio del uso del Machine Learning, se puede dar seguimiento al comportamiento de la audiencia, sus preferencias y el historial de interacciones relacionados con el contenido y ello permite crear experiencias con contenido personalizado.

5. Automatización de Marketing

Las campañas automatizadas liberan tiempo y recursos mientras incrementa la precisión de las mismas. Las marcas pueden capitalizar esos momentos cuando los consumidores están más receptivos. 75% de los profesionales del marketing utilizan actualmente al menos una herramienta de automatización.

Administrar campañas en diferentes plataformas, es una tarea casi imposible sin una automatización, ya que por medio de ésta se pueden generar más clics y mejores conversaciones.

6. Redes sociales

Las redes sociales son un pilar clave en la estrategia digital, pero al mismo tiempo puede absorber mucho tiempo y recursos. La IA está transformando la manera en que las marcas utilizan las redes sociales para conectar con la audiencia. La automatización y el Machine Learning permiten el desarrollo de estrategias más efectivas y personalizadas que pueden aumentar el desempeño del negocio.

La escucha social es una de las aplicaciones de la IA con la que se pueden analizar grandes cantidades de información en las redes para conocer las perspectivas y tendencias de nuestra audiencia, productos y marcas. El saber cómo se siente tu consumidor con relación a tu marca y cómo utilizan tus productos pueden ayudar a descubrir nuevas oportunidades.

7. Relaciones públicas

Otras de las áreas que está impactando la IA, son las relaciones públicas y la comunicación de mercadotecnia, ya que les permite ser más precisas con su alcance y eficientiza los procesos. El Machine Learning y el Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP) están teniendo impacto en la manera en que las historias son desarrolladas, y cómo se realiza el acercamiento y seguimiento con los medios.

Las relaciones públicas programáticas es uno de los usos más relevantes de la IA en la comunicación de marketing. Utilizando los datos de los lectores, su historial de comentarios y el análisis de las palabras clave, se provee una forma efectiva para acercarse con precisión a los medios y periodistas.

El Machine Learning analiza qué medios y reporteros son los que estarían abiertos y darían una mejor respuesta al recibir la información. En la medida que el algoritmo entiende y procesa los datos, mejor es la respuesta y el éxito.

Conclusión

La IA es una de las tecnologías digitales más importantes para la transformación de los negocios y está teniendo un gran impacto. Un estudio de New Vantage estima que el 99% de las organizaciones están invirtiendo en IA o Big Data. La tecnología se está convirtiendo en una herramienta estándar para los negocios. Antes de que las empresas cosechen los beneficios deben establecer los fundamentos para el cambio y la innovación.

“Con la cultura, el talento y los socios correctos, los negocios pueden utilizar la IA para tener una ventaja competitiva y capitalizar las oportunidades que se presentan en la era digital y en la hiper conexión de los consumidores,”

Disponible en:
https://www.tynmagazine.com/inteligencia-artificial-la-herramienta-poder... [1]

Links
[1] https://www.tynmagazine.com/inteligencia-artificial-la-herramienta-poderosa-que-transforma-los-negocios/