

Cómo aprovechar la IA y el análisis de datos para una experiencia de compra perfecta este Black Friday

Con la llegada del Black Friday y las compras navideñas, los expertos de The Valley Business and Tech School facilitan cinco consejos clave para que los consumidores puedan sacar el máximo partido a esta temporada de descuentos, utilizando la tecnología como aliada

El Black Friday, uno de los momentos más esperados del año para los consumidores y las empresas, se ha consolidado como el pistoletazo de salida para las compras navideñas. Sin embargo, la avalancha de ofertas y promociones puede ser abrumadora y dificultar la toma de decisiones para los usuarios.

En este contexto, la inteligencia artificial (IA) y el análisis avanzado de datos han transformado esta fecha clave en una experiencia más personalizada y eficiente. Estas tecnologías permiten a los consumidores navegar por el enorme volumen de opciones, identificando las ofertas y productos que mejor se adapten a sus necesidades de manera ágil y precisa, optimizando así su proceso de compra. Según un informe reciente de Salesforce, un 54% de los consumidores españoles está dispuesto a usar IA en sus compras, valorando cómo esta tecnología puede identificar productos alineados con sus preferencias y ofrecer recomendaciones más acertadas. Además, más de la mitad cree que la personalización ofrecida por la IA mejora la experiencia de compra, incentivándolos a gastar más en marcas que aplican estas estrategias. De esta forma, la IA redefine la relación entre consumidor y marca, cimentándola sobre los pilares de la confianza y la personalización.

Juan Luis Moreno, Partner & Managing Director de The Valley, destaca: "La inteligencia artificial y el análisis de datos se han convertido en pilares fundamentales para la evolución del comercio. En el contexto del Black Friday, estas herramientas no solo optimizan las ventas para las empresas, sino que también mejoran de forma significativa la experiencia de compra de los consumidores. Aunque el análisis de datos y la IA tienen claras ventajas para las empresas, permitiendo comprender mejor las motivaciones y anticiparse a las necesidades y optimizar los procesos de compra, los consumidores también deben ser conscientes del valor de su información personal: entender cómo se usan sus datos y ser críticos al seleccionar plataformas confiables para sus compras".

Con la llegada del Black Friday y las compras navideñas, los expertos de The Valley Business and Tech School facilitan cinco consejos clave para que los consumidores puedan sacar el máximo partido a esta temporada de descuentos, utilizando la tecnología como aliada:

Extensiones inteligentes para comparar precios. Una de las estrategias más efectivas para aprovechar las ofertas del Black Friday es el uso de extensiones inteligentes en los navegadores. Herramientas como Honey, Rakuten o CamelCamelCamel permiten comparar precios en tiempo real y

generan alertas cuando un producto alcanza su precio mínimo. Estas extensiones, respaldadas por inteligencia artificial, analizan historiales de precios para evitar que los consumidores caigan en falsos descuentos, asegurando así la obtención de los mejores precios disponibles.

Asistentes virtuales como compradores personales. Los asistentes virtuales, como Google Assistant o Alexa, se han convertido en herramientas clave para rastrear ofertas de manera automatizada. Estos sistemas pueden programarse para notificar sobre cambios en los precios de productos específicos o para buscar descuentos en categorías de interés. Gracias a estas funcionalidades, los asistentes virtuales funcionan como compradores personales digitales, optimizando el tiempo y el esfuerzo en la búsqueda de ofertas.

Machine learning para predecir bajadas de precio. Para aquellos con conocimientos en tecnología, el uso de machine learning ofrece una forma avanzada de anticipar tendencias de precios. Herramientas como Google Colab, combinadas con APIs como Keepa o CamelCamelCamel, facilitan el análisis de datos históricos de precios para predecir si un producto experimentará nuevas bajadas. Este enfoque permite tomar decisiones estratégicas basadas en datos concretos, maximizando el ahorro.

Recomendaciones personalizadas impulsadas por inteligencia artificial. Las plataformas de comercio electrónico han adoptado algoritmos de inteligencia artificial para ofrecer recomendaciones basadas en los intereses y comportamientos previos de los usuarios. Servicios como los que proporcionan Amazon o Zalando analizan el historial de búsquedas y compras para sugerir productos relevantes. Al ajustar factores como el historial de navegación, es posible influir en los algoritmos para obtener resultados más precisos y adaptados a las necesidades.

La importancia de la privacidad en las compras online. La protección de la privacidad es un aspecto crucial durante las compras online. Extensiones como Privacy Badger o Ghostery permiten identificar sitios que rastrean la información personal de los usuarios, mientras que otras aplicaciones evalúan políticas de privacidad poco claras o posibles riesgos. Estas herramientas ofrecen un entorno más seguro para realizar compras sin comprometer datos sensibles, combinando conveniencia y seguridad.

Datos de contacto:

Irene Landaluce Molero

Trescom

657212294

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Marketing](#) [Madrid](#) [Consumo](#) [Actualidad](#) [Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>