

El aumento de las ventas en Navidad pone en relieve la escasez de profesionales de marketing formados en IA

Con llegada del periodo navideño, los expertos de The Valley, la escuela de negocios especializada en soluciones formativas en digital y tecnología, indican los beneficios que tiene capacitar a los profesionales de marketing en IA

Utilizar la inteligencia artificial (IA) como herramienta empresarial puede ser una estrategia efectiva para satisfacer las necesidades del mercado durante la época navideña, pero la falta de formación de los empleados puede limitar su adopción óptima.

Automatizar los procesos, personalizar y mejorar la atención al cliente, analizar las tendencias del mercado y optimizar las estrategias son algunas de las ventajas que ofrece la formación de los profesionales de marketing en IA.

El período de Navidad y fin de año suele traer consigo un aumento significativo en la demanda de productos y servicios, lo que genera una mayor carga de trabajo para los equipos de marketing y ventas. La necesidad de crear campañas específicas, gestionar promociones y atender a un mayor número de clientes puede ser abrumadora. En este sentido, la implementación de innovaciones tecnológicas, como la inteligencia artificial (IA) puede ser fundamental para resolver los desafíos que enfrentan las empresas durante el periodo navideño, permitiendo una gestión más eficiente, una personalización más efectiva y una mejor atención al cliente. Sin embargo, la falta de preparación de los empleados puede limitar su adopción óptima.

La urgencia por implementar soluciones tecnológicas, incluida la IA, en esta época del año puede llevar a una búsqueda acelerada de profesionales con habilidades en este campo. Y es que, esta tecnología se ha convertido en una herramienta fundamental en el ámbito del marketing debido a su capacidad para automatizar procesos, analizar grandes cantidades de datos y mejorar la personalización de las estrategias. De hecho, más del 50% de los profesionales de marketing ya utilizan la IA en su día a día y casi el 60% de las empresas utilizan esta tecnología para automatizar tareas de marketing.

Sin embargo, la demanda de profesionales con estas habilidades en IA actualmente supera significativamente la oferta, lo que puede representar un desafío para las empresas que desean aprovechar al máximo estas tecnologías durante las festividades. Por ello, cada vez más empresas están optando por implementar la estrategia de capacitación y desarrollo a los empleados de marketing con el fin para abordar esta urgencia y garantizar que el equipo esté equipado para implementar y aprovechar al máximo las soluciones tecnológicas. Así, para 2024, más de la mitad de las compañías prevén formar a sus empleados de marketing en IA.

Hay que tener en cuenta que la mayoría de las empresas no están preparadas completamente para incorporar y aprovechar este tipo de herramientas, lo que puede generar dificultades para encontrar y contratar a los candidatos adecuados, retrasando la implementación efectiva de soluciones tecnológicas durante periodos críticos como la temporada navideña. La necesidad de que los equipos cuenten con estas habilidades en IA irá en aumento, ya que, según un informe de IDC, se estima que la IA en España tenga un crecimiento anual de un 27% en el periodo 2020-2025, alcanzando los 1.400 millones de euros invertidos para el año 2025.

"Afrontar las épocas de alta carga de trabajo con tecnología de IA puede ser beneficioso, pero las empresas deben equilibrar la urgencia con la preparación adecuada. Esto implica no solo contratar talento, sino también establecer una base sólida que permita aprovechar al máximo el potencial de la inteligencia artificial. En este sentido, es crucial que las compañías reconozcan la importancia de la formación y el desarrollo de habilidades en IA dentro de su propio equipo de marketing. Optar por programas que combinen Marketing Digital e IA, como el que ofrecemos desde The Valley, puede ser una excelente estrategia para abordar las necesidades urgentes durante temporadas como la de fin de año y Navidad, entre otras", declara Juan Luis Moreno, director de Innovación de The Valley.

Con llegada del periodo navideño, los expertos de The Valley, la escuela de negocios especializada en soluciones formativas en digital y tecnología, indican los beneficios que tiene capacitar a los profesionales de marketing en IA:

Automatizar las tareas y los procesos. La IA permite automatizar procesos en tareas de marketing, lo que no solo ahorra tiempo, sino que también mejora la precisión y la personalización de las campañas. Al capacitar a los empleados en el uso de estas herramientas, estos pueden implementar sistemas automatizados para gestionar campañas, segmentar audiencias, crear y personalizar contenido y automatizar tareas, como el envío de correos electrónicos personalizados, la programación de publicaciones en redes sociales, la optimización de anuncios y la generación de informes automatizados, liberando tiempo para actividades estratégicas.

Personalizar la atención al cliente y mejorar su experiencia. La capacidad de la IA para analizar datos del público objetivo puede ayudar a comprender mejor sus necesidades y predecir sus comportamientos de compra. Esto permite una personalización mucho más ajustada en las campañas de marketing, lo que aumenta la conexión y la relevancia para el público. La formación en IA permite implementar chatbots inteligentes y sistemas de atención al cliente automatizados que pueden manejar consultas con rapidez y precisión, mejorando la experiencia del cliente durante la temporada navideña. Capacitar a los empleados en IA les ayudará a entender cómo aprovechar esta tecnología para mejorar la experiencia del cliente, lo cual es crucial durante las festividades, cuando las interacciones aumentan.

Realizar un análisis predictivo. La Navidad suele generar un gran volumen de datos. La formación en IA capacita a los profesionales de marketing para analizar estos datos y extraer información significativa sobre el comportamiento del cliente y las tendencias de la demanda y, así, guiar mejor las decisiones estratégicas para maximizar las ventas, hacer una gestión más efectiva de inventarios, optimizar la publicidad y adaptar las estrategias de marketing en tiempo real. Además, la monitorización constante de la reputación online a través de la IA también es crucial, ya que ayuda a identificar y abordar problemas de reputación de manera rápida y eficiente, protegiendo la imagen de la empresa.

Optimizar las estrategias de marketing. La capacidad de utilizar estas tecnologías emergentes puede

ser un diferenciador clave en un mercado competitivo durante la temporada navideña. Al capacitar en IA, los profesionales pueden emplear técnicas avanzadas para optimizar estrategias de precios, promociones y canales de marketing, asegurando una mejor adaptación a las necesidades del mercado y aprovechar al máximo las oportunidades durante la temporada navideña.

Datos de contacto:

Redacción

Comunicación

609601048

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

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Educación](#) [Marketing](#) [Recursos humanos](#) [Formación profesional](#) [Innovación](#)
[Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>