

La Inteligencia Artificial protagonizará la revolución en el eCommerce y el marketing digital, según Worldline

La IA se convierte en una auténtica revolución en el mundo del eCommerce y del marketing digital. Según las diferentes consultoras tecnológicas, se pronostica un increíble crecimiento en el mercado global para 2024. Esto significa que muchos sectores ya muestran su interés por los algoritmos en IA, al lograr un mayor rendimiento, mejorar la experiencia con el cliente y conseguir una óptima personalización

Para Mercedes Gómez Varela, Senior Sales Channel Manager Iberia de Worldline, uno de los líderes mundiales en pagos con más de 18.000 empleados en 40 países, "desde siempre la IA ha estado ligada a nuestra tecnología de pagos, y ahora con mucho más peso. Pero también empieza a cobrar relevancia para el resto del ecosistema del eCommerce, que conforma nuestra comunidad de partners. Por ello, le hemos dedicado esta sesión, para analizar junto a ellos sus mejores prácticas actuales y en el futuro".

Esta temática ha sido fuente de debate en la 3a Edición de The Partners Club de Worldline, con el objetivo de impulsar la colaboración entre partners. El evento ha tenido lugar hoy 22 de marzo, en Madrid. Sus participantes han tenido la oportunidad de poder experimentar con el metaverso y vivir innovadoras experiencias de compra en tiempo real a través de demos de pago desarrolladas por Worldline. Estas demos se llevan a cabo dentro de una tienda virtual, en los mismos juegos, en los cuales a través de autenticación biométrica del comportamiento se pueden autorizar las compras que quieren realizar los jugadores.

En la agenda de este evento el tema destacado ha sido "los usos de la Inteligencia Artificial". David Tomás, Co-fundador de Cyberclick, abordó "Cómo la Inteligencia Artificial revolucionará el Marketing Digital". Por su parte, bajo el enunciado de "Usos de la IA en eCommerce", Montse Labiaga, Directora de Innovación de Wim Group, habló sobre cómo la IA va a cambiar las reglas en las imágenes del eCommerce. Pablo Renaud, Director de Estrategia de Eolution, trató la generación de textos y conversaciones para vender mejor. Finalmente, Ricard Sala, Business Development Manager de Worldline, explicó cómo el comercio conversacional impulsado por IA transformará las compras en 2023.

La gran transformación

Según Worldline, somos partícipes de una gran transformación que afectará múltiples aspectos de la vida cotidiana, entre ellos están: la forma en que las empresas interactúan con sus clientes, la creación de contenido y otras formas de procesamiento del lenguaje natural para automatizar acciones de marketing. "Los profesionales de marketing que no incorporen la Inteligencia Artificial como un compañero de equipo más -señala David Tomás - perderán en eficiencia, innovación y creatividad. Aprovechemos, con cabeza, el potencial de la IA para mejorar los resultados y la experiencia del cliente".

Los expertos están de acuerdo en que la integración de la Inteligencia Artificial en el día a día de las empresas es necesaria para no quedarse fuera del mercado. La automatización, tanto de la atención al cliente como de las ventas, liberará al personal pudiendo concentrarse en problemas más complejos y tareas de alto valor. "Todas las áreas de trabajo relacionadas con la creación de contenidos -indica Pablo Renaud- van a someterse a una revolución como consecuencia de la IA. Tenemos que prepararnos para esta nueva realidad. La IA no nos quitará el trabajo, pero alguien usando la IA sí que lo hará".

También se destaca que, según los especialistas, será una de las herramientas más poderosas para que las empresas fortalezcan la relación con sus clientes e impulsen las ventas. Montse Labiaga comenta que "las tecnologías de inteligencia artificial están revolucionando el área del eCommerce y su impacto se está dejando sentir de muchas maneras. Esta tecnología está permitiendo a las empresas mejorar su eficiencia y eficacia en la gestión de su catálogo de productos, lo que a su vez se traduce en una experiencia de compra más satisfactoria para los consumidores".

Además, por medio de la integración con plataformas de mensajería populares como Facebook, Messenger, WhatsApp y WeChat, se facilitará que los clientes compren productos, reserven citas y obtengan atención al cliente, todo dentro de la aplicación que usan todos los días.

El comercio conversacional permite ofrecer una experiencia del cliente más personalizada e intuitiva. Al utilizar el procesamiento del lenguaje natural y el aprendizaje automático, los chatbots y los asistentes de voz pueden comprender las consultas y preferencias de los clientes y brindar respuestas y recomendaciones personalizadas. "Los chatbots impulsados por IA – explica Ricard Sala- pueden convertirse en el futuro del comercio para las nuevas generaciones. Cuando sean capaces de ser tan receptivos y comunicativos como un amigo, cambiará la forma de relacionarse con las empresas, convirtiéndose en un nuevo canal de venta totalmente personalizado".

Según Worldline, el potencial del comercio conversacional es enorme. A través de una experiencia eficiente, puede ayudar a las empresas a relacionarse de forma sólida con sus clientes e incrementar la venta de manera exponencial. A medida que los desarrollos continúen avanzando, podemos esperar que el comercio conversacional pueda adquirir aún más fuerza.

Datos de contacto:

Jennifer
620 059 329

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

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>