

Multiplica explica el futuro del eCommerce en el eShow Madrid

El eShow Madrid, cita de referencia en España sobre los negocios y el marketing digital, ha mostrado cómo será el futuro del eCommerce. La conferencia de David Boronat, bajo el título de "Las 7 inteligencias de tu eCommerce", planteó las siete vertientes que ya están evolucionando y que transformarán la Experiencia del Usuario (Internet UX) en Experiencia Inteligente (Internet IX)

El eShow Madrid, cita de referencia en España sobre los negocios y el marketing digital, ha mostrado cómo será el futuro del eCommerce. La conferencia de David Boronat, bajo el título de "Las 7 inteligencias de tu eCommerce", planteó las siete vertientes que ya están evolucionando y que transformarán la Experiencia del Usuario (Internet UX) en Experiencia Inteligente (Internet IX).

David Boronat, CEO de Multiplica, una de las mayores consultoras españolas especializadas en Experiencia de Usuario, iluminó a los asistentes con su visión acerca del futuro en la Red y de cómo será la interacción entre los internautas y las marcas. Multiplica, en pleno proceso de expansión por Europa, acaba de inaugurar nuevas oficinas en Francia e Italia, después de abrir delegaciones en distintas ciudades americanas.

En la conferencia, Boronat explicó cuáles son las 7 claves del eCommerce del futuro para "responder en tiempo real a la necesidad del cliente de encontrar el producto que está buscando". El CEO de Multiplica añadió que "es importante entender que no podemos seguir tratando y mostrando lo mismo a usuarios o clientes en contextos tan diferentes, ya que ofrecer lo mismo a todos y cada uno de nuestros usuarios tiene los días contados". "La inteligencia comercial, tanto artificial como automatizada, es probablemente la revolución más relevante tras la irrupción de los smartphones", detalló. Empresas como Decathlon, MediaMarkt, Sephora, Melià o Iberostar ya han comenzado a incorporar estas 7 claves en sus comercios electrónicos.

Boronat afirmó que "los algoritmos predictivos invadirán todos y cada uno de los elementos clave en la puesta a punto de un eCommerce". Según el CEO, la inteligencia artificial tendrá cada vez un mayor impacto en la experiencia de compra, a través de la predicción de tendencias, la gestión de inventarios o la influencia en las decisiones de compra.

Estos siete cambios o inteligencias del eCommerce son:

- Visibilidad automatizada.
- Buscabilidad de productos.

- Recomendación inteligente.
- Personalización de propuestas y mensajes.
- Proactividad inteligente.
- Atención automatizada.
- Optimización de precios.

Visibilidad automatizada

Se trata de automatizar la forma en la que se muestran los productos del eCommerce gracias a los algoritmos de machine learning. El objetivo es aplicar un remarketing inteligente, a través de publicidad automatizada, para incidir en aquellos usuarios que tienen más probabilidades de comprar según su comportamiento previo.

Buscabilidad de productos

Evitar mostrar lo mismo a todo el mundo y que el eCommerce entregue unos resultados en función del tipo de audiencia y de la popularidad de los productos. Los datos de los intereses del cliente ayudan a ordenar los resultados para que se adapten mejor a sus necesidades.

Recomendación inteligente

Mostrar al cliente productos relacionados con sus intereses y que se basen en datos como el contexto, la geolocalización, la fuente de tráfico, el comportamiento previo o el perfil de compra. El uso de algoritmos predictivos ayuda a ordenar los productos de máximo interés para el usuario.

Personalización de propuestas y mensajes

Adaptar el mensaje en función del perfil del usuario mostrando ofertas, información puntual, o mensajes para generar urgencia o social proof.

Proactividad inteligente

Buscar de forma proactiva al usuario para incentivar su recurrencia y fidelizarlo incorporando en el eCommerce sistemas automatizados que permitan impactar sobre él en los máximos canales posibles. Por ejemplo, a través la aparición de mensajes con descuentos o promociones si el usuario quiere abandonar el carrito de compra.

Atención automatizada

El eCommerce debe poner en marcha una atención al cliente automatizada con chatbots que den una respuesta rápida y adecuada a sus necesidades. Estos asistentes del usuario deben aportar todo tipo de información: desde recomendaciones, asumiendo el rol de personal shopper, hasta el seguimiento

de la compra, entre otros.

Optimización de precios

El objetivo es jugar con precios y ofertas dinámicas que permitan maximizar conversiones y ventas gracias a la inteligencia artificial. Esto permitirá ofrecer un precio en función del usuario y no tanto del producto.

Datos de contacto:

Marc Solanes

617338226

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

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>