

El nuevo salto que la Inteligencia Artificial le dará al Marketing los próximos años

Es un hecho. Los dispositivos móviles están presentes en cada uno de los momentos de las personas: una llamada, un chat, una foto, un video? impactando sentimientos; en una sonrisa, una tristeza, una emoción. Esta tecnología está monitoreando nuestros hábitos y decisiones: el sueño, el uso del dispositivo, lo que escribimos y lo que consultamos.

Gracias a este hito la Inteligencia Artificial cada vez ha tomado más poder, pues ha demostrado ser una tendencia impulsada por el creciente número de Smartphones disponibles que existen hoy en el mercado.

Según Merca2.0, el valor de la industria de IA para el 2030 crecerá por encima del 17%. Mientras tanto seguirá incursionando en todos los aspectos de la sociedad, uno de los más importantes; el marketing, que de la mano con esta tendencia tiene y tendrá algunos efectos importantes expuestos por la revista: mayor nivel de exigencia, métricas más exactas, creatividad privilegiada. No yendo lejos, es el caso de Google, una plataforma que gracias a las herramientas de AI ha permitido realizar búsquedas para entender palabras claves y valorar la satisfacción de los usuarios según su interacción con los resultados.

De acuerdo con los últimos informes de comScore el Smartphone representa el 65% del tiempo de medios digitales en comparación con el 35% del computador. Este hito eleva la importancia que tiene el teléfono en la sociedad, pues gracias a la emergencia tecnológica, la AI irrumpe poco a poco en la

cotidianidad, y es así como los grandes líderes tecnológicos se alinean a esta tendencia con sus productos.

El momento del gran salto

Con un ferviente impulso, la tecnología móvil ha estado adaptando la inteligencia artificial (AI) durante los últimos años. Una tendencia que ha sido considerada como “el gran salto” para las estrategias de marketing móvil.

La AI ha comenzado a crear nuevas oportunidades de marketing. Hoy, las empresas deben adaptarse a los cambiantes escenarios que representa esta revolución digital en la que navegamos día a día, con el objetivo de llegar a más consumidores: de forma oportuna, creativa, personalizada y, estar un paso adelante de la competencia.

Empresas como MediaTek, están abriendo las puertas al futuro de la Inteligencia Artificial al crear un procesamiento de hardware con un ecosistema de Edge-AI junto con completas herramientas de software en toda su gama de productos: desde smartphones, hasta hogares inteligentes, artículos portables, IoT y automóviles conectados.

La Inteligencia Artificial es mucho más que una tecnología inteligente, ya que ofrece un amplio terreno de juego para los equipos de marketing. Para una muestra, Amazon está utilizando AI para predecir el comportamiento de compra de sus clientes. Incluso, Bookmark está utilizando AI para determinar el diseño web más óptimo.

En una encuesta realizada por Demandbase entre 500 ejecutivos de marketing B2B demostró que el 80% piensan que AI revolucionará el marketing para 2020. Sin embargo, solo el 10% de los marketers encuestados usan AI y solo el 26% entiende completamente cómo integrar e implementar AI en sus campañas de marketing.

La industria del marketing siempre ha sido muy optimista sobre el potencial de AI y cada vez se encuentra más cerca de extraer su máximo potencial. “Los dispositivos mejorados con AI son el futuro, dentro de poco podremos ver dispositivos desarrollados perfectamente a las necesidades y hábitos de las personas: un smartphone que da seguimiento a nuestra salud y solicita la medicina antes de enfermarnos; un hogar inteligente que enciende las luces y la calefacción justo antes de nuestra llegada; un automóvil autónomo que conduce a donde nosotros necesitemos ir, justo al momento que nos subimos. Una inteligencia innata, tan fluida que trae un nuevo nivel de experiencia de usuario y que cambiará nuestro mundo”, así lo expresa Amikam Yalovetzky, Sales Manager para MediaTek

¿Qué tipo de estrategias de marketing pueden estar relacionadas con AI a través de los dispositivos móviles?

Una eficiente estrategia para los equipos de marketing es adelantarse a lo que los consumidores están dispuestos o necesitan comprar. La integración de AI en las aplicaciones de venta en eCommerce llevarán a un punto en el que las tiendas sabrán lo que las personas quieren antes que lo busquen. Sorprender a los clientes con anuncios atractivos y personalizados dará como resultado una atracción mayor y respuestas correctas a los objetivos.

La integración de AI unifica ambas dimensiones: las aplicaciones móviles con el marketing móvil en un entorno homogéneo para que los usuarios tengan una mejor experiencia en general.

Detectar tendencias y patrones de comportamiento de los consumidores es la punta de lanza para los profesionales de marketing. La AI facilitará la elaboración de mensajes de marketing más específicos y personalizados; como ofertas especiales y anuncios. Esta tecnología móvil proporciona información sobre las preferencias de los consumidores y los mejores momentos para enviar los mensajes.

“Una de las ventajas de esta computación de punta incluye inmediatez en tiempo real, privacidad de los datos y un menor consumo energético en general. Esta tendencia emergente está motivando productos que lleven las mejoras de AI al extremo; en los productos que usamos en casa, en un vehículo o en una persona, en vez de basarse solamente en el soporte conectado a la nube”, agrega Yalovetzky.

This content was originally published [here](#).