



La Revolución de la IA en el Marketing Digital

Z E B R A S

Especialistas en Marketing Digital



Índice

Masificación de la inteligencia artificial	3
¿Qué es la inteligencia artificial en sí?	3
Tecnologías de inteligencia artificial	4
Marketing y la inteligencia artificial	7
Herramientas para marketing:	8
¿Cómo usar la IA a nuestro favor?	10



Masificación de la inteligencia artificial

La Inteligencia Artificial (IA) está cambiando rápidamente la forma en que las compañías están implementando sus operaciones y procesos de marketing digital, permitiendo a las marcas conectarse con sus clientes de **maneras** más **eficientes** y personalizada. El objetivo de este eBook es ayudar a los ejecutivos de marketing a comprender el **impacto de la IA en sus operaciones de marketing digital** y cómo pueden aplicarla en sus **empresas**.

¿Qué es la inteligencia artificial **en sí?**

La Inteligencia Artificial (IA) es un subcampo de la informática que se centra en el desarrollo de sistemas y algoritmos capaces de realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana. Estas tareas incluyen aprendizaje, razonamiento, percepción, reconocimiento de patrones, comprensión del lenguaje natural, toma de decisiones y resolución de problemas complejos.

La IA se puede clasificar en dos categorías principales: IA débil y IA fuerte. La IA débil, también conocida como IA estrecha, está diseñada para realizar tareas específicas y se limita a su ámbito de aplicación. Por otro lado, la IA fuerte, también llamada IA general, es una forma de inteligencia artificial que tiene la capacidad de comprender, aprender y aplicar su conocimiento en una amplia variedad de tareas, de manera similar a la inteligencia humana.

La IA se basa en varias técnicas y enfoques, como el aprendizaje automático (machine learning), las redes neuronales artificiales, el procesamiento del lenguaje natural y la lógica difusa, entre otros. En los últimos años, experimentó un rápido crecimiento y avances significativos, lo que ha llevado a una amplia gama de aplicaciones en diversos campos, como medicina, finanzas, transporte, **marketing digital** y muchos más.

La IA aún se encuentra en etapa de investigación y su uso aún es inexplorado en su totalidad, pero la aplicación empresarial que se le está dando, se basa principalmente en su capacidad de aprendizaje automático que **le** permite analizar datos, generar predicciones y previsiones, chatbots, así como procesamiento de lenguaje natural y principalmente como una **forma de** obtener información.



El impacto de la IA en el eCommerce:

La IA transformó el eCommerce al permitir a las empresas ofrecer experiencias de usuario personalizadas y altamente relevantes. Según estudios recientes, el 75% de las empresas en línea están utilizando o planean utilizar IA en los próximos años, y aquellas que implementan IA pueden aumentar sus ingresos hasta en un 20%.

Amazon, por ejemplo, utiliza algoritmos de IA para ofrecer recomendaciones de productos personalizadas a sus usuarios. Este enfoque demostró ser exitoso, ya que aproximadamente el 35% de las ventas de Amazon provienen de sus recomendaciones.

Las aplicaciones de la IA en eCommerce incluyen la personalización de la experiencia del usuario, recomendaciones de productos, chatbots y atención al cliente, entre otras.

IA en marketing B2B:

El marketing B2B también se beneficia de la IA, mejorando la generación de leads, la segmentación y la optimización del contenido. El 80% de los especialistas en marketing B2B consideran que la IA será una parte fundamental de su estrategia en los próximos años.

LinkedIn, por ejemplo, utiliza IA para proporcionar a los anunciantes información sobre su audiencia y optimizar la distribución de sus anuncios. Además, empresas como **Marketo** y **HubSpot** integraron IA en sus plataformas de marketing automation, permitiendo una segmentación más precisa y generación de leads.

Big Data y Analytics:

En la actualidad, los datos se convirtieron en el nuevo oro, ya que con ellos se pueden realizar cientos de acciones que acumulen leads y que éstos se conviertan al final del embudo.

Existen cientos de programas que ayudan a recabar información en bases de datos, filtrarlos por distintas categorías, clasificarlos y realizar acciones específicas como envío de mailings y segmentar intereses, además de descubrir patrones de comportamiento, mejorar la gestión de relaciones con los clientes, generar valor de mercado y por supuesto, diseñar estrategias de marketing.

La IA mejoró significativamente el análisis de datos y la toma de decisiones en marketing. Google Analytics, por ejemplo, utiliza IA para proporcionar insights y recomendaciones accionables a los especialistas en marketing. Otras herramientas, como **DataRobot** y **IBM Watson**, también emplean IA para analizar datos y predecir el comportamiento de los consumidores.

Automatización del marketing con IA:

La IA impulsó la automatización del marketing al permitir a las empresas optimizar sus estrategias de email marketing, publicidad y gestión de redes sociales. Según estudios, las empresas que utilizan IA en su automatización de marketing pueden ahorrar hasta un 30% en costos operativos.

Mailchimp, por ejemplo, utiliza IA para optimizar el envío de correos electrónicos y mejorar las tasas de apertura y conversión. Además, **plataformas como AdRoll y Criteo** emplean IA para optimizar las campañas publicitarias en línea y aumentar el ROI.

IA y experiencia del cliente:

La IA puede mejorar la experiencia del cliente en marketing digital al proporcionar análisis de sentimiento, soporte al cliente y personalización. Zendesk, por ejemplo, utiliza IA para optimizar la atención al cliente a través de chatbots y análisis de interacciones.

Esto permite a las empresas ofrecer soporte rápido y eficiente, mejorando la satisfacción del cliente.

Otras aplicaciones de la IA en la experiencia del cliente incluyen el análisis de comportamiento del usuario, la identificación de patrones y tendencias, y la predicción de las necesidades del cliente.

Marketing y la inteligencia artificial

Como ya se detalló anteriormente, las tecnologías de la IA pueden ayudar a procesar datos y automatizar tareas en la vida cotidiana, pero ¿cuál sería su función en el marketing digital? El principal objetivo de ésta es la mejora en la implementación y eficiencia de las estrategias de marketing de principio a fin, ya que los expertos se centran en innovar o crear nuevas campañas que ayuden a sus metas comerciales.

Existen decenas de beneficios de la IA que incrementan el rendimiento y permiten realizar trabajos sin la supervisión de un humano o acortar tiempos al realizar análisis en cuestión de segundos, tales como el procesamiento de bases de datos, una mejor segmentación del público y un control total en las campañas digitales, así cómo aumentar la experiencia de usuario con una mejor atención a clientes con sistemas disponibles las 24 horas del día.

También es importante destacar el hecho de que la IA permite predecir el comportamiento de los clientes, sus ciclos de búsqueda, preferencias y sus decisiones de compra, lo que permitiría adelantarse a las tendencias y promocionar o posicionar en el mercado los productos que la gente desea, además de las numerosas tecnologías y herramientas para que los pagos y su logística de entrega sean más rápidos, confiables y seguros.

Y por supuesto el análisis de todo lo anterior para que las inteligencias artificiales sigan aprendiendo y creen nuevas formas de impulsar el marketing digital, así hasta completar un ciclo total en el consumo.

Herramientas para marketing:

A continuación se enumeran algunas de las herramientas más populares del momento que podrían facilitar procesos dentro del marketing digital.



1. ChatGPT:

La inteligencia artificial más viral del momento, es un chatbot conversacional que te permite ingresar frases o prompts para desarrollar ciertas ideas a partir de éstos, cuenta con machine learning, por lo que entre más interactúen con éste, más información obtendrá y mejorará sus respuestas.

2. BlueWillow:

Esta herramienta es un generador de arte gratuito que crea imágenes generadas por inteligencia artificial a partir de prompts que entre más específicos sean, más personalizado será el resultado. BlueWillow es una excelente forma de obtener creaciones únicas e inspiradoras.

3. Canva:

El famoso sitio de diseño por plantillas, cuenta con su propia inteligencia artificial, lo que lleva a un nivel más alto el crear diseño gráfico básico, colocándolo al alcance de cualquier persona.

4. Midjourney:

Este generador de imágenes destaca de entre los demás ya que como su nombre lo sugiere, su especialidad es imaginar entornos, paisajes, personajes y circunstancias futuristas que puedan o no existir (aún). A partir de algunos prompts, Midjourney promete un viaje mediante imágenes tan detalladas que parecerían reales.

5. Synthesia:

Esta inteligencia artificial permite crear videos en segundos para presentaciones profesionales con sólo cuatro pasos: elegir un avatar, escoger un fondo, agregar un guión o frases a utilizar y grabar a la persona que sale a cuadro, al mismo tiempo que se le presenta el texto en una especie de prompter.

6. Mokker:

Esta IA es ideal para potenciar las fotografías de productos, ya que elimina instantáneamente el fondo y lo puede reemplazar por cualquier cosa que se le indique. Incluso dentro de sus comandos puedes agregar etiquetas para que se omitan ciertos elementos.

7. CopyAI:

Dedicado específicamente a la creación de contenido textual para marketing, esta inteligencia artificial basada en GPT-3 AI, genera copys para anuncios, blogs, descripciones, post o emails. Ideal para encontrar nuevas perspectivas y enfoques para los productos que debes anunciar.

8. Jasperai:

Al igual que el anterior, la IA se centra en la generación de contenido para marketing, incluyendo copywriting y SEO, además de elegir formatos short-form y long-form.

9. NetBase Quid:

Es una plataforma impulsada por IA que permite a las empresas realizar social listening para descubrir tendencias emergentes, identificar nuevas oportunidades y monitorear métricas clave a lo largo del tiempo.

10. Albert.ai:

Esta aplicación te permite crear campañas de marketing desde cero. A partir de algunos prompts Albert.ai procesa, analiza datos de audiencia y crea tácticas a escala para asignar presupuestos de forma autónoma, optimizando campañas creativas y en evolución a través de búsqueda y canales sociales.

11. frase.io:

Esta IA permite crear todo el contenido SEO con una máxima optimización, por supuesto centrándose en una palabra clave que quieras posicionar.

12. DeepL:

Es una IA que promete identificar todos los matices del lenguaje para que tus textos se lean fluidos y sin errores de sintaxis, además gracias a su red neuronal, aprende de cada traducción que hagas.

¿Cómo usar la IA a nuestro favor?

Con el **boom** de popularidad de algunas de las herramientas de inteligencia artificial, llegó una serie de interrogantes que tiene preocupados a todos los sectores laborales: ¿Éstas en algún momento podrán reemplazar la función humana? ¿Las personas quedarán desplazadas de la materia de trabajo? ¿La gente se volverá obsoleta ante las IA?

Dichas preguntas se realizan a lo largo de los años conforme avanza la tecnología, tal como ocurrió con los obreros después de la industrialización o como sucedió con las personas que su trabajo dependía de la utilización de una computadora, entre otros cientos de casos. El asunto es si realmente los humanos nos volveríamos obsoletos y dejaríamos de encontrar nuevas funciones para trabajar.

La realidad es que en todos esos casos, las máquinas sí revolucionaron la forma de realizar las cosas, por lo que los humanos se vieron en la necesidad de evolucionar, pero fue justamente esa curiosidad la que ha permitido desarrollar nuevas ideas y crear nuevas tecnologías a lo largo de la historia.

¿Cómo implementar la IA en tu estrategia de marketing digital?:

Evalúa las necesidades y objetivos específicos de la compañía en cuanto a marketing digital.

Investiga las soluciones de IA disponibles en el mercado que se adapten a estas necesidades.

Considera trabajar con una agencia especializada en IA y marketing digital, como Zebras, para obtener asesoramiento y soporte en la implementación de las soluciones de IA.

Capacita a tu equipo en el uso de las herramientas y técnicas de IA en marketing digital.

Monitorea el rendimiento de las soluciones de IA implementadas y ajusta su estrategia según sea necesario.

Evalúa el retorno de la inversión (ROI) en IA para asegurarse de que estás generando resultados positivos para tu negocio.

Inspiración

La inspiración siempre formó parte de los procesos creativos de cualquier arte o trabajo, por lo que visualizar a la inteligencia artificial como parte de éste proceso no es más que el desarrollo de nuevas técnicas de estimulación productiva.

Por lo que además de todos los usos que mencionamos a lo largo de este trabajo, la IA puede ayudar a eliminar los bloqueos mentales y a encontrar nuevas formas de creación.

La inteligencia artificial conversacional como ChatGPT, puede ayudar a brindarte fuentes de información e investigación, así como a darte un enfoque que no tenías considerado dentro de tu proyecto y darte ideas sobre cómo se podría abordar cierta problemática. También es posible que la utilices como herramienta de revisión en cuestiones gramaticales o inquietudes técnicas de las que no se está seguro si es correcta.

Conclusiones:

No hay que temer a la inteligencia artificial, ya que mirarla como herramienta de soporte, más que competencia laboral, permitirá usar sus recursos como potenciador del marketing y operaciones los cuales, como su nombre lo refiere, está en constante evolución dentro del mundo digital y una de las formas más inteligentes de sobresalir de entre la competencia, es adaptarse justamente a estas tendencias y utilizarlas a su favor.

En Zebras nos encontramos actualmente implementando soluciones de Inteligencia Artificial para simplificar y mejorar la experiencia de cliente tomando en cuenta la data disponible, ayudamos a mejorar la experiencia de tus clientes de principio a fin, trabajando contigo para crecer.

¿Tienes curiosidad sobre cómo la IA puede sumar a tu estrategia de marketing digital?

Charla con nosotros, estaremos encantados de ayudar.

[Quiero saber más](#)

Fuentes:

1. Jim Sterne (2017). Artificial Intelligence for Marketing: Practical Applications. Wiley. https://www.google.com.mx/books/edition/Artificial_Intelligence_for_Marketing/o_YtDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=Artificial+Intelligence+for+Marketing:+Practical+Applications%22&printsec=frontcover
2. Thomas H. Davenport Davenport. (2019). AI ADVANTAGE : How to put the artificial intelligence revolution to work. Mit Press. https://www.google.com.mx/books/edition/The_AI_Advantage/arT4DwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=AI+ADVANTAGE:+How+to+put+the+artificial+intelligence+revolution+to+work&printsec=frontcover
3. Google Cloud (s. f.). ¿Qué es la inteligencia artificial o IA?. Google Cloud. <https://cloud.google.com/learn/what-is-artificial-intelligence?hl=es-419>
4. BBC News Mundo. (2016, 12 octubre). Qué es la cuarta revolución industrial (y por qué debería preocuparnos). BBC News Mundo. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-37631834>
5. Paredes Lescano, C. E., & Quinde Paucar, G. A. (2020). Aplicaciones de la inteligencia artificial en marketing digital: Estudio de viabilidad en la Zona. Tesis de licenciatura, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios. <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31487/1/784%20MKT.pdf>
6. Robert J. Schalkoff (1990) Artificial Intelligence: An Engineering Approach. McGraw-Hill https://books.google.com.mx/books/about/Artificial_Intelligence.html?id=noFQAAAAAAAJ&redir_esc=y
7. Manzanal Fernández, V. (2021). Inteligencia artificial y marketing. Tesis de licenciatura, Universidad de Oviedo. Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos. Carrera de Comercio y Marketing. https://digi-buo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/61550/TFG_ValeriaManzanal-Fernandez.pdf?sequence=4&isAllowed=y
8. Rose, K., Eldridge, & Chapin. (2015). LA INTERNET DE LAS COSAS— UNA BREVE RESEÑA. www.internetsociety.org. Recuperado 4 de abril de 2023, de <https://www.internetsociety.org/wp-content/uploads/2017/09/report-InternetOfThings-20160817-es-1.pdf>
9. Pictoline (2023, 16 marzo). Guía estudiantil para usar ChatGPT éticamente. <https://www.pictoline.com/timeline/2023/03/16/11hrs33min48sec>



Z E B R A S

Especialistas en Marketing Digital

