

Analítica, Inteligencia Artificial y Machine Learning, las claves de éxito en Black Friday y Cyber Monday

Su correcta conjugación permite elevar las ventas, al menos, en un 45%, tanto en tiendas físicas como online. En el Black Friday de 2019 habrá un incremento del 15% en ventas respecto al año pasado y, por ello, WAM recomienda herramientas como Marketing Cloud o Pardot para optimizar resultados

La analítica, la Inteligencia Artificial (AI) y el Machine Learning se presentan como las herramientas clave para optimizar la estrategia de ventas del Black Friday y el Cyber Monday y conseguir un mayor impacto, según la consultora digital We Are Marketing (WAM). Según la experiencia de la compañía, la correcta conjugación de estas tecnologías permite elevar las ventas en al menos el 45% tanto en tiendas físicas como online, poniendo a cada uno de sus target en el centro.

Asimismo, la integración de todas estas tecnologías es un factor clave para fidelizar a los clientes que se han ganado durante estas fechas. Tanto es así que, si se integra una capa de tecnología para la automatización de mensajes como Pardot o Marketing Cloud de Salesforce, de cara a años siguientes las ventas llegarán a multiplicarse, siempre y cuando haya una estrategia sólida de “Smarketing”.

De hecho, la mitad de las organizaciones que hacen uso de la analítica en tiempo real consigue elevar la retención y lealtad de los consumidores, y todo ello sin dejar de incrementar sus ingresos. “Utilizando la tecnología de manera eficiente se podrá responder a preguntas clave que ayudarán a las empresas a trazar una estrategia más ajustada. Qué tipo de productos compran sus diferentes clientes, cuáles son los productos más vendidos o qué ofertas resultan más atractivas, son incógnitas que toda empresa debe resolver”, asegura Álvaro Fernández Pérez, Salesforce Technical Consultant de WAM.

Sólo de este modo se podrán obtener las pistas necesarias para saber a quién, cómo y en qué momento impactar al consumidor con un mensaje que le lleve a adquirir determinados productos o servicios. Así, con la Inteligencia Artificial y el Marketing Automation, se podrán lanzar campañas segmentadas con ofertas específicas para cada público.

Herramientas recomendadas para optimizar las campañas

Salesforce es uno de los principales proveedores de software de negocio en todo el mundo y según vaticina, este año se alcanzarán cifras históricas en términos de ventas durante el Black Friday: 136.000 millones de dólares en Estados Unidos y 768.000 millones de dólares en todo el mundo, lo que supone un 15% más que en 2018.

Por ello y en calidad de Gold Partner de Salesforce, la consultora estratégica WAM aconseja hacer uso de herramientas como Marketing Cloud, de Salesforce, o Pardot, para llevar a cabo la estrategia de ventas durante el Black Friday y el Cyber Monday.

"Ambas herramientas ayudan a segmentar, personalizar, automatizar, recoger datos y hacer seguimiento a través del funnel de ventas sin perder de vista la campaña", asegura el Salesforce Technical Consultant de WAM, Álvaro Fernández Pérez.

Con ellas es posible, crear journeys para automatizar el "viaje" del consumidor a través de diferentes criterios, de mano de Marketing Cloud (B2C) o con Engagement Program en Pardot (B2B). "Si el usuario hace clic en un enlace o si introduce sus datos en un formulario, podremos enviarle una serie de emails, o incluso lanzarle mensajes push o SMS a través de Marketing Cloud", aclara el experto de WAM.

Si lo que se busca es segmentar aún más las acciones, se pueden crear trackeos web con Page Action o Custom Redirects, en el caso de Pardot, para introducir en una lista a los usuarios que hayan visitado una página o interactuado con un CTA determinado, para hacer acciones concretas a partir de esa información.

"Todas estas herramientas son especialmente útiles a la hora de trazar una estrategia de ventas y lanzar campañas segmentadas con ofertas o descuentos especiales. De este modo, conseguiremos optimizar nuestras acciones, destacar por encima de la competencia y obtener mejores resultados", concluye Fernández Pérez.

Datos de contacto:

Luis Núñez
667574131

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>