

Fecha: 12-08-2024
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general

Pág.: 24
Cm2: 177,5

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

Título: El impacto de la publicidad y recomendaciones en el comercio electrónico

Ortega (en la foto
VitaWellness. www

El impacto de la publicidad y recomendaciones en el comercio electrónico

Una reciente investigación liderada por Marcel Goic, investigador del Instituto Sistemas Complejos de Ingeniería (ISCI) y académico de la Universidad de Chile, ha desarrollado nuevos mecanismos para personalizar la publicidad y las recomendaciones en el ámbito del comercio electrónico, demostrando el amplio espacio para mejorar la efectividad de estas herramientas de promoción digital. El estudio de Goic se centró en la implementación de un enfoque innovador que combina el modelo de "multiarmed bandit" con redes neuronales profundas. "Este método fue utilizado para seleccionar dinámicamente anuncios promocionales en el sitio web de un gran minorista, optimizando así la experiencia del usuario y aumentando la



efectividad de las campañas publicitarias.", señala el académico. El enfoque permite resolver algunas de las dificultades más comunes de la publicidad digital, como son la personalización del contenido con información dispersa y la continua rotación de los avisos disponibles para mostrar a los clientes. Al medir el impacto de la implementación de esta metodología reveló mejoras considerables respecto a los enfoques tradicionales. La aplicación de esta técnica avanzada resultó en un aumento significativo tanto en las tasas de clics como en la cantidad de productos añadidos al carrito de compras. Estos hallazgos demuestran la potencia de los sistemas de recomendación personalizados y dinámicos para mejorar la interacción del cliente con los anuncios, potenciando las ventas y la satisfacción del usuario.

estarán disponibles a través de PuntoTicket.

