

¿Cómo la IA potencia la visualización de datos en las campañas de marketing?



Victoria Gil, Head en Chile de CSA del Grupo Havas

En la era digital, las empresas generan una cantidad de datos sin precedentes. Para aprovechar esta información y mejorar el rendimiento de sus campañas de marketing, es esencial contar con tecnologías avanzadas que no solo analicen los datos rápidamente, sino que también optimicen las estrategias de manera proactiva. La inteligencia artificial (IA) ha emergido como una solución clave en este ámbito, transformando la forma en que las empresas gestionan y visualizan sus campañas.

Plataformas de análisis de datos como Vertex AI de Google Cloud han elevado el nivel de sofisticación en las campañas de marketing. Esta tecnología además de permitir a las empresas analizar los resultados históricos, también anticipa tendencias, predice comportamientos de los clientes y optimiza las creatividades y segmentaciones en tiempo real. De esta forma, los responsables de marketing pueden tomar decisiones más informadas para maximizar el impacto de sus anuncios y asignar mejor los presupuestos.

La IA también simplifica procesos críticos. Automatiza tareas repetitivas como la limpieza de datos y permite la creación de modelos personalizados para ajustar las estrategias de cada campaña según las necesidades del negocio. Esto libera tiempo para que los equipos se concentren en mejorar las creatividades y ajustar dinámicamente las campañas, basándose en el análisis continuo de resultados.

En cuanto a la personalización, la IA permite segmentar a los clientes de manera mucho más precisa, ofreciéndoles experiencias personalizadas basadas en su comportamiento y preferencias. Esto se traduce en mensajes publicitarios más relevantes y efectivos, mejorando la interacción y el retorno de inversión en las campañas.

Finalmente, herramientas avanzadas de IA permiten analizar el sentimiento del público en redes sociales, lo que ayuda a identificar oportunidades para ajustar las campañas en curso y mejorar la satisfacción del cliente, aportando un feedback constante que potencia el rendimiento de las campañas a lo largo del tiempo.