



NOVIEMBRE 2024

Enfoka-Trends

Can I help you?: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en retail

Can I help you?: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en retail

El empleo de la inteligencia artificial en el retail promete revolucionar el sector para que se pueda adaptar de manera más precisa a las necesidades de las personas consumidoras y permitir así mismo a los retailers tomar decisiones que beneficien al negocio e incrementen las ventas.

Acercarse a la clientela, proponerle ofertas personalizadas o conocer sus necesidades en el instante preciso, son sólo alguna de las ventajas que proporciona la inteligencia artificial. No obstante, la IA no puede funcionar por sí sola, es necesario combinar la analítica de datos con tecnologías de marketing digital e inteligencia avanzada.

Con el uso de la inteligencia artificial los datos se transforman en conocimiento para permitir al comercio tomar decisiones que conduzcan a la obtención de mejores resultados económicos. Y es que los datos son el petróleo del siglo XXI y solo disponiendo de buenos datos sobre el comportamiento y los hábitos de nuestra clientela podremos sacar el máximo rendimiento de lo que la IA puede llegar a ofrecernos.

Todo comercio que ya esté trabajando en crear una buena base de datos de su clientela y utilizando la tecnología CRM, que viene incorporada en los TPVs en el módulo de clientes, para gestionar esos datos partirá en una posición ventajosa frente a su competencia, a la hora de implementar la IA en su negocio en un futuro próximo.

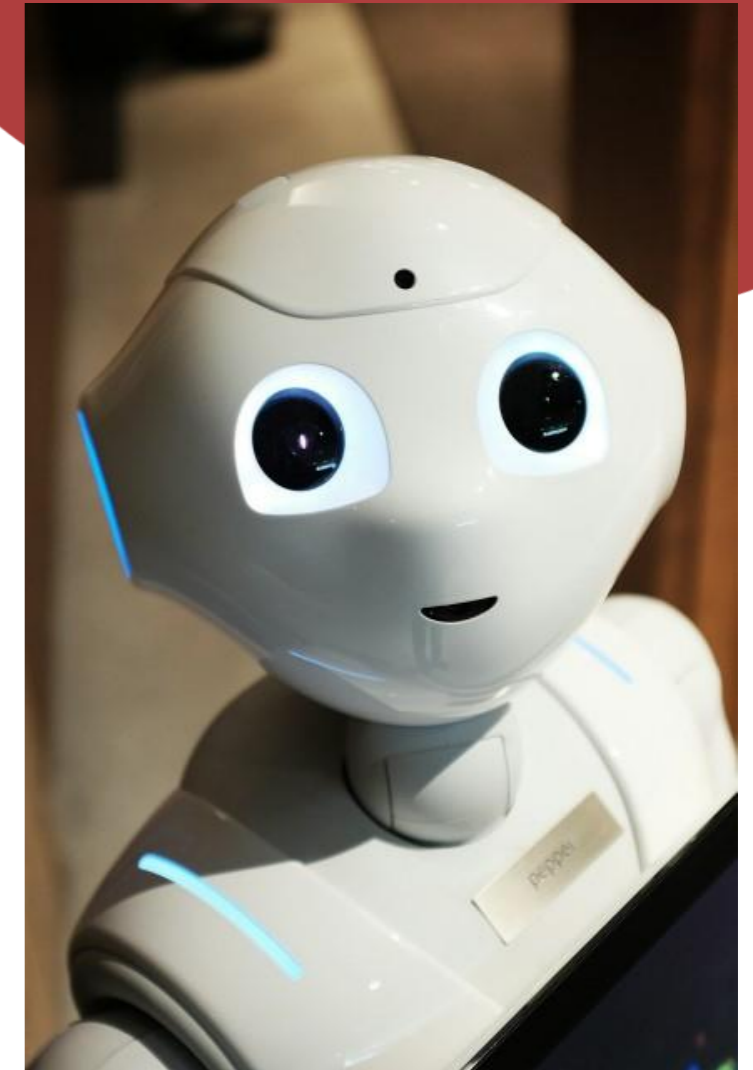


Imagen de [Alex Knight](#) en [Unsplash](#)

Can I help you?: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en retail

El uso de la inteligencia artificial en el sector retail es clave para crear experiencias personalizadas para la clientela, generar oportunidades para aumentar los ingresos y permitir a los comerciantes su rápida adaptación a las circunstancias y tendencias en el mercado, lo que les permitirá diferenciarse de sus competidores.

Poco a poco, el uso de la inteligencia artificial y de la analítica de datos se va imponiendo en el comercio minorista ya que con su empleo es posible comprender mejor las tendencias y los comportamientos y expectativas de la clientela.

El empleo de la analítica y de la inteligencia artificial no sólo permite acercarse más a la persona consumidora, sino que también posibilita que las empresas del sector retail puedan anticiparse a los picos de demanda o tomar decisiones sobre los precios de los productos. Así mismo, gracias a la analítica predictiva se pueden manejar mejor las existencias de producto y establecer una estrategia omnicanal más efectiva para conectar con la clientela.

También se puede conocer de forma exacta los productos que más se devuelven, cuáles son los que tienen mejor salida en el mundo digital y cuáles en el físico. Además, es posible disponer de datos más precisos sobre el rendimiento de las ventas durante los períodos de alto y bajo tráfico de clientela.

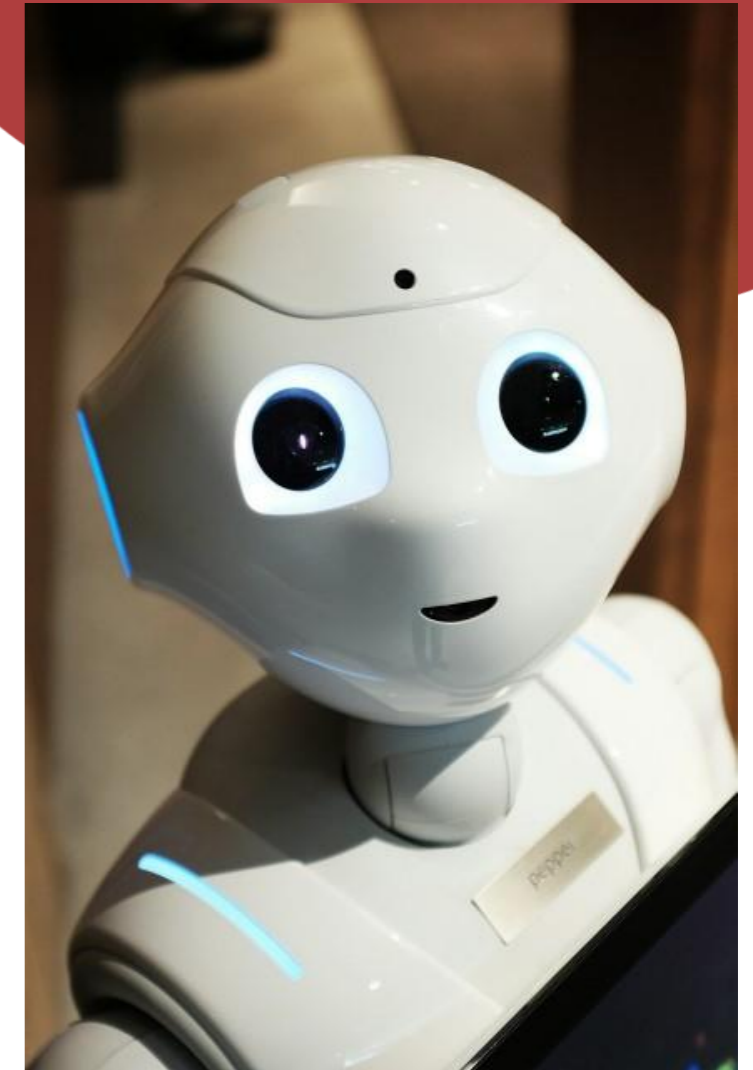


Imagen de [Alex Knight](#) en [Unsplash](#)

Can I help you?: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en retail

En un anterior informe ya hablamos de la revolución que podía venir de la mano de la IA generativa. El uso de herramientas que utilizan IA como pueden ser ChatGPT, Gemini y similares prometen transformar la evolución del sector retail y también la forma en la que los retailers operan y se relacionan con la clientela.

Este tipo de IA puede, entre otras cosas, ser un complemento que incremente las ventas ya que permite lanzar acciones de marketing personalizadas. Así mismo, la IA generativa puede identificar patrones de compra sospechosos y, sobre todo, algunas empresas ya la están empleando para desarrollar chatbots o bots conversacionales que son capaces de interactuar con el usuario como si se tratase de una charla real con un humano, ofreciéndole información en tiempo real sobre la situación en la que se encuentran sus pedidos, las fechas de entrega previstas o les proporciona un servicio de atención al cliente adaptado a sus necesidades.

Todavía hay algunos problemas y contratiempos que superar, como evitar situaciones como las que se dieron con el chatbot "Tay", el bot de la compañía Microsoft que, en redes sociales, a base de aprender de las interacciones de las personas usuarias, terminó convirtiéndose en un chatbot racista.

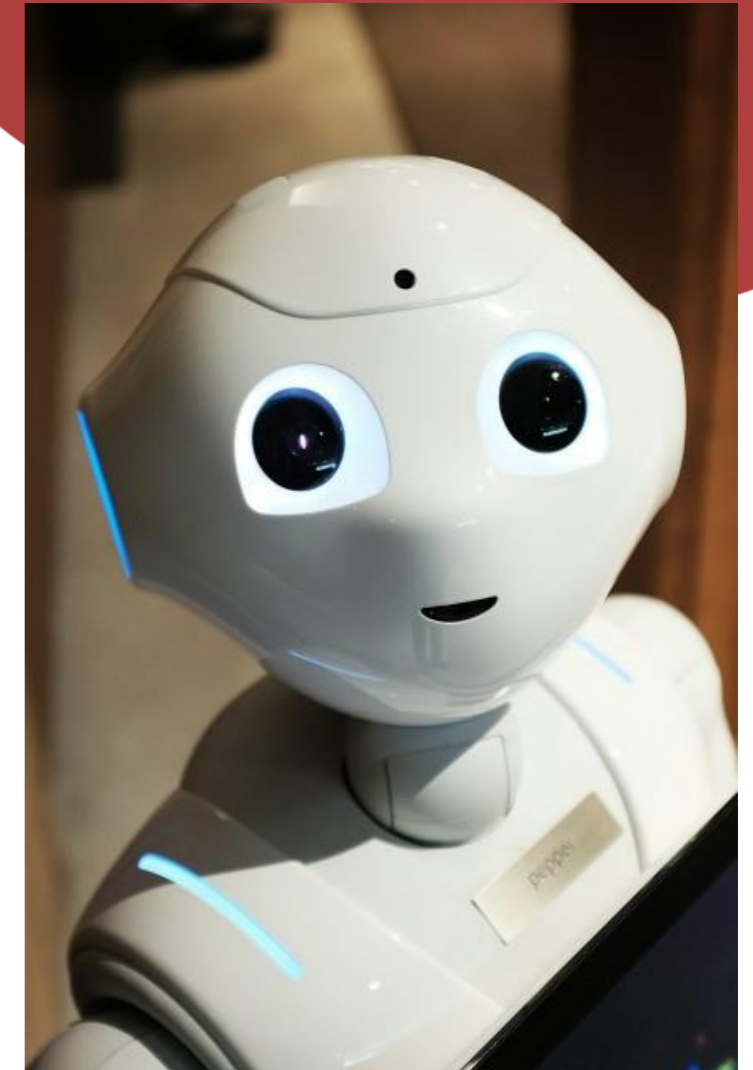


Imagen de [Alex Knight](#) en [Unsplash](#)

Can I help you?: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en retail

Según ShopFully, la empresa propietaria de Tiendeo, la tienda física siempre ha sido y seguirá siendo el canal de compra preferido por las personas consumidoras y representa hoy en día el 80% de las ventas en el sector del retail. Sin embargo, el 75% de las decisiones de compra se toma de manera online, por lo que las personas consumidoras esperan una experiencia de compra en tienda fluida y sin fricciones, en la que el smartphone desempeñe un papel fundamental.

Para que las promociones y la información sobre los productos sean accesibles, los retailers deben comunicarse continuamente con su clientela y ofrecerles servicios como la posibilidad de chatear con un asistente, pedir un producto o hacer una recogida en tienda.

Esta transformación puede lograrse mediante la inteligencia artificial, cuya adopción en el sector minorista a nivel mundial pasará del 40% al 80% en los próximos tres años, según un estudio de IBM Corporation.

En este contexto, ShopFully analiza el impacto de la inteligencia artificial en las 4 P's del marketing mix y sus oportunidades para el sector del retail.

Algunos de los principales beneficios de introducir IA en el sector retail pueden ser:

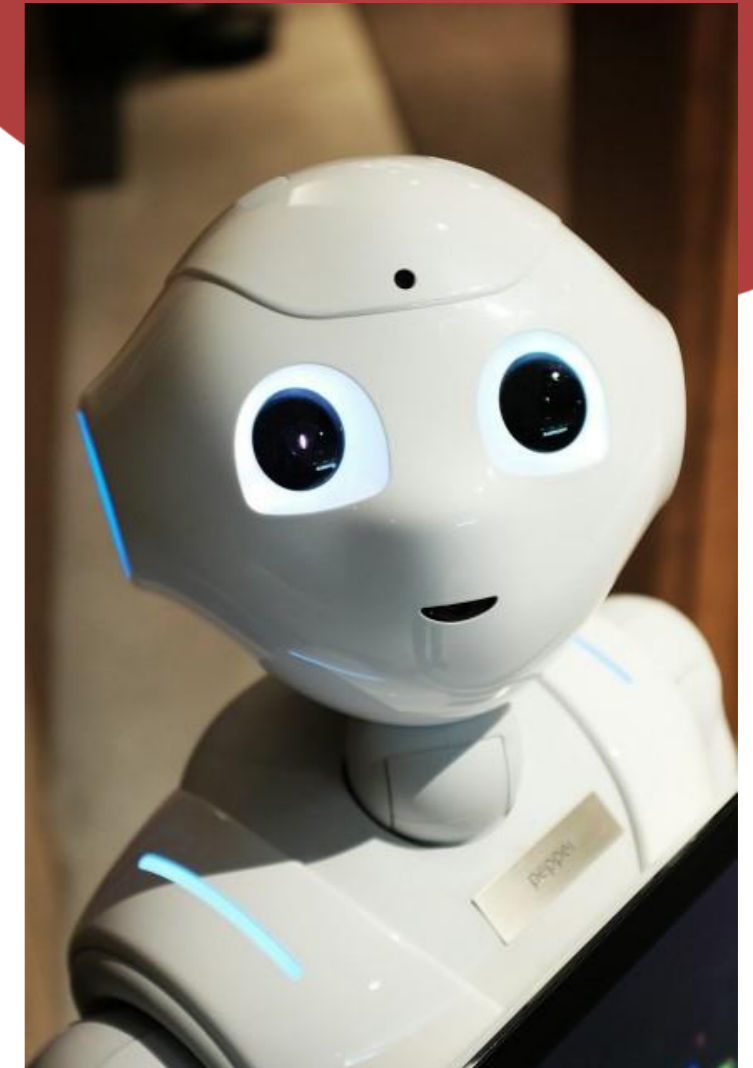


Imagen de [Alex Knight](#) en [Unsplash](#)

Can I help you?: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en retail

- **Producto:** La IA permite analizar grandes cantidades de datos sobre nuestra clientela y sus preferencias, así como la evolución de las ventas de los distintos productos. Esto permite a comercios y marcas identificar tendencias y predecir cambios en la demanda de forma fiable. La IA también ofrece la posibilidad de gestionar de forma inteligente la cadena de suministro, controlando la disponibilidad de los productos y optimizando la colocación de estos. Gracias a la IA, los comercios pueden, por ejemplo, comprobar en tiempo real si los productos están disponibles y bien etiquetados, si están colocados en el lugar correcto, o si la fruta y verdura está dañada, minimizando así los costes asociados con la sobrecompra o la falta de stock.
- **Precio:** La IA puede ayudar a las empresas a fijar precios más precisos y dinámicos, que cambian según fluctúe la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. Además, con el uso de las estanterías inteligentes, se puede identificar cualquier error de precio de un producto para que el personal de tienda pueda modificarlo.
- **Punto de venta:** La IA está transformando la forma en la que se compran los productos en tienda, eliminando las barreras entre el canal físico y el digital. En los últimos años hemos visto, por ejemplo, la proliferación de las cajas de auto cobro, algunas de las cuales, como las de Decathlon, pueden detectar el producto simplemente depositándolo en el cajón de cobro. Las pantallas interactivas son otro ejemplo de cómo la IA mejora la experiencia del cliente en el punto de venta.
- **Promoción:** La IA está permitiendo personalizar el contenido mostrado a la clientela y optimizar sus campañas de marketing analizando el historial de compra, el comportamiento de las y los clientes y sus preferencias a partir de todos los datos disponibles para, a continuación, sugerirles un artículo u oferta concreta en el momento más adecuado y en la tienda más cercana. De este modo, el gasto en publicidad es más eficaz y aumenta la fidelidad.

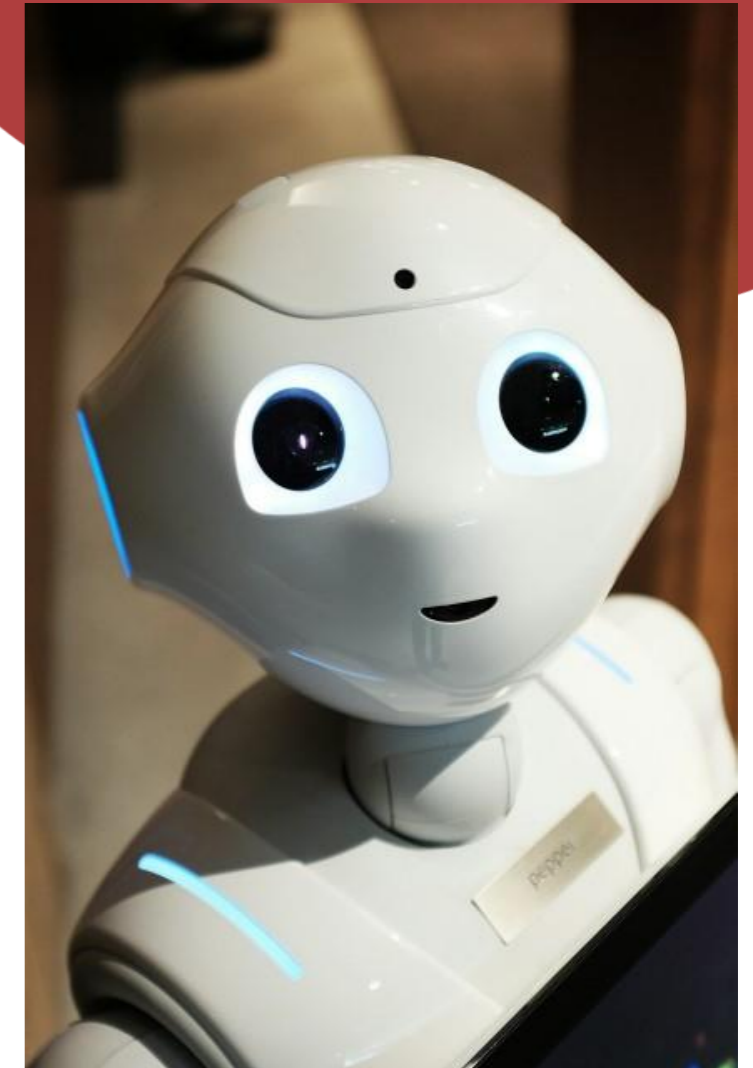


Imagen de [Alex Knight](#) en [Unsplash](#)

Can I help you?: Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en retail

Una investigación de Gartner revela que entre el 17% y el 25% de las organizaciones afirmaron que planeaban implementar IA dentro de los próximos 12 meses cada año desde 2019 hasta 2024, aunque la realidad es que el crecimiento anual de las implementaciones de IA fue solo del 2% al 5%.

Si va a incorporar IA en su negocio minorista, piense en cómo afectará a la experiencia de cliente. Sea lo más transparente posible con su clientela sobre cómo su negocio está utilizando la IA para mejorar su experiencia de compra, además de las medidas que se están tomando para proteger su privacidad.

La buena noticia es que las personas consumidoras son favorables a la IA y la automatización siempre y cuando hagan que su experiencia de compra sea más eficiente, según el informe Future of Retail de Square . La investigación muestra que el 67% de la clientela minorista prefiere la automatización a hablar con el personal en vivo cuando se trata de ciertas tareas básicas.

Si está buscando como comenzar a incorporar la IA en su negocio, considere la posibilidad de automatizar las tareas manuales repetitivas que brindan un mejor servicio a sus clientes, pero no olvide que no hay sustituto para un servicio al cliente receptivo cuando se trata de preguntas más complejas que los clientes no pueden resolver fácilmente por sí mismos, ni con la ayuda de la tecnología.

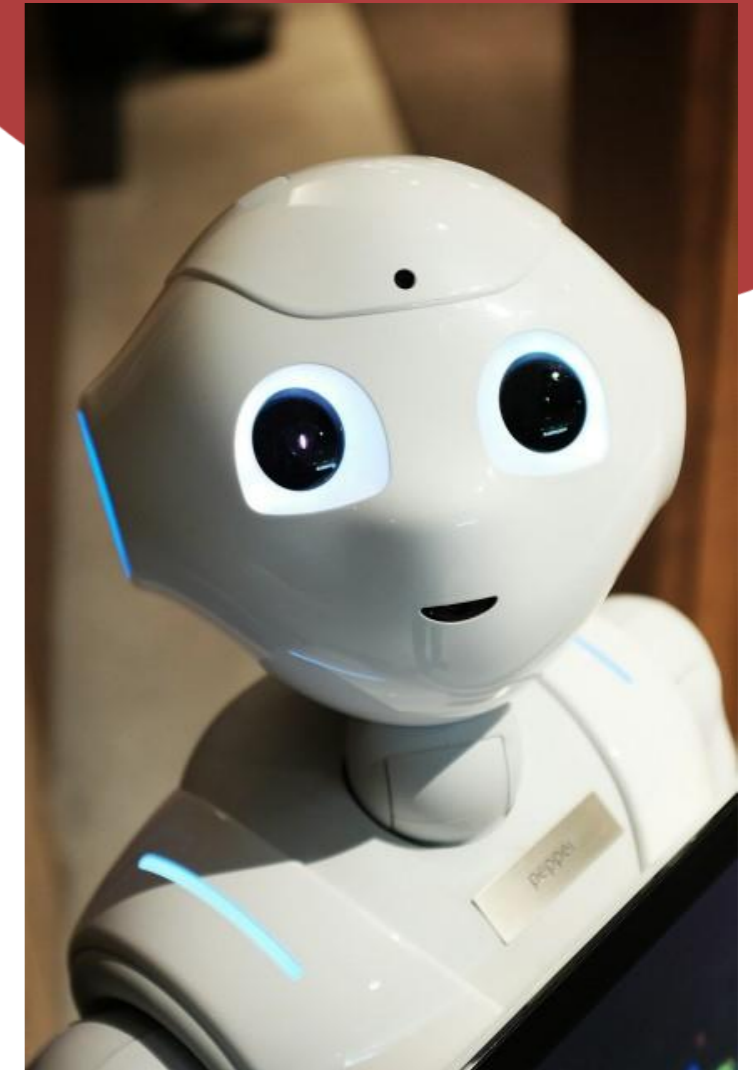


Imagen de [Alex Knight](#) en [Unsplash](#)

Bibliografía

- **Aggity (2024)** *La inteligencia artificial en Retail*. Recuperado el 29 de noviembre de 2024 de <https://aggity.com/la-inteligencia-artificial-en-retail>
- **Elena Canorea (Plain concepts, 2024)** *Claves para preparar tu empresa para la IA*. Recuperado el 29 de noviembre de 2024 de <https://www.plainconcepts.com/es/claves-preparar-empresa-ia>
- **Michael Hickins (Oracle, 2024)** *10 ejemplos de IA en retail*. Recuperado el 29 de noviembre de 2024 de <https://www.oracle.com/nz/retail/ai-retail/>
- **Alena Courtney (The bottom line, 2024)** *Inteligencia artificial para minoristas: cómo y por dónde empezar*. Recuperado el 29 de noviembre de 2024 de <https://squareup.com/us/en/the-bottom-line/operating-your-business/ai-for-retailers>
- **Ashley R. Cummings (Shopify, 2024)** *Inteligencia artificial en el comercio minorista: casos de uso y ejemplos*. Recuperado el 29 de noviembre de 2024 de <https://www.shopify.com/retail/ai-in-retail>
- **Mihir Mistry (Kody Technolab, 2024)** *Principales casos de uso de la inteligencia artificial en el sector minorista*. Recuperado el 29 de noviembre de 2024 de <https://kodytechnolab.com/blog/top-9-use-cases-of-artificial-intelligence-in-retail/>
- **Inforetail (2023)** *La inteligencia artificial revoluciona el retail*. Recuperado el 29 de noviembre de 2024 de <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/la-inteligencia-artificial-revoluciona-el-retail/e1fbb4710206e0c19d6218960848e474>