

NEGOCIOS

CREACTIVITAT aplica inteligencia artificial para convertir la audiencia en redes en consumidores

24 marzo, 2020



Los datos nunca duermen y la inteligencia artificial (AI) ha pasado de ser un capricho de temporada a ser todo un clásico con estilo. Cada sesenta segundos se suben más de setenta mil fotos en Instagram, se envían más de cuatrocientos mil tuits, se escuchan más de un millón y medio de canciones en Spotify y se reproducen casi cinco millones de videos en Youtube; datos, datos, datos y más datos, pero... ¿qué podemos hacer con ellos?

Pues... ¡aprovecharlos! Conocer el comportamiento de nuestro público, ya sea objetivo o activo, es la clave para convertir leads en ventas. Desde hace 22 años en **CREACTIVITAT** trabajamos el diseño y programación web, el marketing y la transformación digital desde Barcelona. Eduard Vandellòs, CEO experto en marketing, ventas y canales digitales acreditado por ACCIÓ - Generalitat de Catalunya, es un ponente reconocido en eventos relacionados con las nuevas tecnologías y profesor en los másteres universitarios de la Universitat de Barcelona (CETT).

Desde hace tiempo todo el equipo de CREATIVITAT está comprometido con la innovación, generando prototipos como el packaging con tintas electroconductoras que conectan sensores NFC flexibles con los terminales de los usuarios. Actualmente lanza al mercado un potente motor AI, junto con la empresa de desarrollo de big data KONODRAC, para convertir en redes de ventas la audiencia que ya tenemos.

Basándose en el registro en redes sociales, la plataforma estandariza la adquisición de leads para todas las aplicaciones online del cliente. A partir de aquí, con los datos obtenidos se detectan usuarios con potencial para convertirse en influencers de nuestra marca, permitiendo generar campañas multicanal y geolocalizadas.

Esta información se refleja en el CRM como una visión agregada de la audiencia, unificando el comportamiento por zonas geográficas y por respuesta a las campañas, con la posibilidad de enviar notificaciones push omnicanal. La arquitectura de algoritmos permite adoptar una gestión de los datos en tiempo real y la ejecución de modelos machine learning para enriquecer las campañas con predicciones y patrones que, a su vez, detectan anomalías y amenazas en los modelos. Obviamente, la seguridad y la confidencialidad también son factores importantes de la herramienta, con autenticación y autorización compatible LDAP que la convierte en una API segura y escalable bajo una plataforma cloud.

La inteligencia artificial aplicada al marketing digital permite a las empresas adquirir un conocimiento profundo del comportamiento, los gustos y las expectativas de los potenciales consumidores. El objetivo final es crear esa campaña que dé en el clavo, con microsegmentaciones de target y una personalización de contenidos imposible de lograr sin la información que los algoritmos enriquecidos aportan.

Tags #Creativitat #Inteligencia-Artificial

CONTENIDO RELACIONADO



Escalar negocios con IA conversacional

10 febrero, 2026



Rufus, la Inteligencia Artificial de Amazon aterriza su beta en España

4 noviembre, 2024



Un 46,8% de españoles considera que la Atención al Cliente puede mejorar

24 octubre, 2024



Zalando Assistant y Trend Spotter: la herramienta de IA de Zalando

4 octubre, 2024