

Hiraivi Moreno⁸

Resumen

En el contexto actual la necesidad de estar a la vanguardia de un mundo cada vez más competitivo y globalizado, donde hay mucha demanda y los mercados cada día son más exigentes a nivel mundial, en desplazas de cumplir con los requerimientos del mercado. La inteligencia artificial aplicada al marketing te permite conocer a tu audiencia y darle lo que necesita y le importa. Además, facilita el proceso de venta y se encarga de realizar las acciones más habituales como tareas de información o recepción de documentos. Con estas aplicaciones de inteligencia artificial en marketing, los trámites se simplifican y abaratan. Es un proyecto factible de una investigación cuantitativa donde se busca gestionar en la red social Instagram a la tienda virtual "Tiendas Taylor".

Palabras claves: Inteligencia Artificial, Gestión, Marketing

Abstract

In the current context, the need to be at the forefront of an increasingly competitive and globalized world, where there is a lot of demand and the markets are more demanding every day worldwide, instead of meeting market requirements. Artificial intelligence applied to marketing allows you to know your audience and give them what they need and care about. In addition, it facilitates the sales process and is responsible for carrying out the most common actions such as information tasks or receiving documents. With these artificial intelligence applications in marketing, the procedures are simplified and cheaper. It is a feasible project of qualitative research where it is sought to manage the virtual store "Tiendas Taylor" on the social network Instagram.

Keywords: Artificial intelligence, management, marketing

⁸Licenciada en Comunicación Social. Universidad Bicentennial de Aragón
hiraivivi2.3@gmail.com

Introducción

La Inteligencia Artificial (IA) es una herramienta cada vez más importante para la gestión de redes sociales, como Instagram. Esta tecnología permite a las marcas y empresas mejorar su presencia en la red social, optimizando el contenido y los anuncios para obtener mejores resultados. La IA puede ayudar a las marcas a comprender mejor a sus seguidores, segmentar su audiencia y personalizar el contenido para obtener un mayor alcance. Además, la IA también puede ayudar a las marcas a identificar tendencias en tiempo real y adaptarse rápidamente para maximizar el impacto de sus campañas. Esto significa que las marcas pueden crear contenido más relevante para sus seguidores, lo que les permite conectar con ellos de manera más eficaz.

La IA también puede ayudar a las marcas a optimizar sus anuncios para obtener mejores resultados, ya que puede analizar los datos recopilados sobre los usuarios y ofrecer información útil sobre cómo dirigirse a ellos. Esto significa que las marcas pueden crear anuncios más efectivos que lleguen al público adecuado con el contenido correcto. En resumen, la Inteligencia Artificial es una herramienta invaluable para la gestión de redes sociales como Instagram aplicado en la tienda de tienda de ropa “Tiendas Taylor”, ya que permite a las marcas optimizar su contenido y anuncios para obtener mejores resultados.

Revisión de la literatura

Según Kotler, P. y Armstrong, G. (2013), el marketing es un proceso social y directivo mediante el que los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás. En un contexto de negocios más estrecho, el marketing implica la generación de relaciones de intercambio rentables y cargadas de valor con los clientes.

Por su parte, el concepto más básico que fundamenta al marketing es el de las necesidades humanas. Las necesidades humanas son estados de carencia percibida. Incluyen las necesidades físicas de comida, vestido, calor y seguridad; las necesidades sociales de pertenencia y afecto; y las necesidades individuales de

conocimiento y autoexpresión. Los mercadólogos no crearon estas necesidades; son una parte básica del carácter humano.

Hoy, gran parte de los negocios del mundo se lleva a cabo a través de las redes digitales que conectan a personas y empresas. Internet, una gran red pública de redes de computadoras, conecta a los usuarios de todos los tipos de todo el mundo unos con otros y es un repositorio de información increíblemente grande. Estos días, las personas se conectan a Internet en casi cualquier momento y desde casi cualquier lugar mediante sus computadoras, teléfonos inteligentes, tablets o incluso sus televisores. Internet ha cambiado fundamentalmente las nociones de los clientes acerca de comodidad, velocidad, precio, información de producto y servicio. Como resultado, ha dado a los mercadólogos una forma del todo nueva para crear valor para los clientes y construir relaciones con ellos.

El marketing digital vive en Internet para presentar experiencias o contenidos interesantes a la audiencia. Esto se puede hacer a través de correo electrónico, redes sociales, anuncios de Google, blogs o contenido de video, así como involucrando a celebridades o líderes de opinión en canales tecnológicos. Este es uno de los tipos de marketing más importantes y en los últimos tiempos está generando estrategias interesantes. Cabe señalar que esta clasificación no es definitiva, pues el marketing se desarrolla de acuerdo al comportamiento humano y las herramientas que aparecen.

Al día de hoy, la Inteligencia Artificial es aplicable en las actividades importantes de la tienda Taylor, sobre todo en el área de Marketing para la recopilación de datos.

Asimismo, el marketing digital utiliza la tecnología y las plataformas como los sitios web, correo electrónico, aplicaciones móviles, foros, blogs, redes sociales e incluso canales de televisión, radio y prensa digitales para conectar e interactuar con los clientes. Por tanto, representa un cambio drástico en cómo se realizan las búsquedas y compras de productos y servicios a través de la publicidad, las campañas y recomendaciones de los clientes en las redes sociales” Shum Xie, (2019, p. 27). Esto quiere decir que, como publicista y mercado al alcance de las necesidades con un buen plan de marketing digital produce respuestas

empresariales de crecimiento y posicionamiento utilizando todas las herramientas que colaboran a la expansión de la publicidad y promociones.

En primer lugar, es importante la referencia al concepto de redes sociales para entender cómo aplicar una estrategia de marketing en estas plataformas. Las redes sociales son todas aquellas plataformas digitales que permiten tener interacción con otras personas y empresas Shum Xie, (2019). A su vez, las redes sociales permitieron un cambio de rol en los usuarios a fin de que ahora se puede interactuar directamente con una marca, lo que convirtió al consumidor en un sujeto activo que puede dar su opinión e influenciar a otros a consumir o no un producto o servicio en específico.

Metodología

La presente investigación cuantitativa se enmarcó en la modalidad de campo, de tipo descriptiva, ya que los datos se tomaron de la realidad vivida por las personas que participaron en las diversas estrategias empleadas en dicha investigación se enmarca en descubrir la factibilidad que mide la información recolectada con el fin de describir, proponer, implementar estrategias creativas y busca estudiar la realidad del escenario para de esta manera aportar a la empresa.

Resultados

El marketing aborda todas las interacciones entre empresas e individuos, y nos atrevemos a decir que su función actual es ayudar a alcanzar los objetivos comerciales mediante la creación de experiencias de cliente más inteligentes y seguras.

Asimismo, para la gestión de ventas en la red social debido a su capacidad para proporcionar análisis profundos y detallados sobre los datos recopilados, así como optimización de campañas publicitarias y mejora del servicio al cliente mediante el uso del chatbot. Esto permite que las empresas tomen decisiones más informadas sobre sus estrategias de marketing y ventas, lo que les permitirá obtener mejores resultados. Por lo tanto, se llegó a la conclusión de ofrecer una solución

que incluya a “Tiendas Taylor” dentro de los medios digitales, pero de una manera más concentrada y activa que pueda permitir incrementar sus ventas y no solo eso sino también darse a conocer.

Discusión

Las estrategias de ventas efectivas en el mundo posicionando en el mercado de la red social Instagram dependen de varios factores. Primero, es importante entender la plataforma y cómo funciona. Esto significa que debes conocer los algoritmos, los tipos de contenido que funcionan mejor y cómo puedes llegar a tu audiencia objetivo.

Una vez que hayas comprendido la plataforma, es importante crear contenido atractivo para tu audiencia. Esto significa crear contenido interesante y único que se destaque entre los demás. Esto puede incluir imágenes, videos, historias y publicaciones en vivo. También es importante utilizar hashtags relevantes para ayudar a llegar a una audiencia más amplia. Además, es importante promocionar tu cuenta de Instagram para obtener más seguidores y mejorar tu alcance. Esto puede incluir anuncios pagados o promociones en otras redes sociales como Facebook o Twitter. También puedes usar influencers para ayudarte a promover tu cuenta y llegar a una audiencia más amplia.

Finalmente, es importante mantenerse activo en la plataforma para mantener el interés de tus seguidores y generar nuevos seguidores potenciales. Esto significa publicar regularmente contenido interesante y responder a las preguntas y comentarios de tus seguidores lo antes posible. También puedes organizar sorteos o concursos para generar interés adicional entre tus seguidores existentes y potenciales.

Conclusiones

La inteligencia artificial ha demostrado ser una herramienta útil para mejorar la comercialización y las ventas a través de Instagram. Esto se debe a que la IA puede ayudar a los usuarios a descubrir contenido relevante para sus intereses, así como proporcionar información sobre los productos y servicios que ofrecen los

anunciantes. Además, la IA también puede ayudar a los usuarios a encontrar anunciantes relevantes para su audiencia y proporcionarles información sobre cómo optimizar sus campañas publicitarias. Por último, la IA también puede ayudar a los anunciantes a medir el éxito de sus campañas publicitarias y obtener información sobre el comportamiento de los usuarios en Instagram. En conclusión, la inteligencia artificial es una herramienta útil para mejorar la comercialización y las ventas efectivas por la red social Instagram.

Ahora bien, el posicionamiento de marca ayuda a que cada empresa decida en cuántas características realmente destacan y se diferencia respecto a su competencia. La intención es que el producto o servicio se valore como importante en un número suficiente de clientes, así como también entender La intención de que el producto o servicio se valore como importante en un número suficiente de clientes. Esto quiere decir, que las empresas deben saber cuál es la ventaja competitiva que las distinguen de la competencia y que signifique rentabilidad.

Es por ello que se proyecta diseñar una estrategia de marketing siendo fundamental para el desarrollo de una empresa ya sea a mediano, corto o largo plazo ya través de él se puede contribuir al progreso de las actividades necesarias para lograr los objetivos comerciales y prevenir errores, las indolencias pueden ocurrir a lo largo de la vida una compañía. La elaboración minuciosa del plan de gestión de ventas en la red social Instagram aplicado en la inteligencia artificial en el área de ropa incluye una visión técnica de los procedimientos a seguir y las actividades a realizar.

Referencias

García, M., & Sánchez, A. (2019). **Estrategias de comercialización para aumentar las ventas en Instagram.** Revista de Mercadeo y Publicidad.

Kaplan, J (2017). **Inteligencia Artificial: Lo que todo el mundo debe saber.** España: TEELL EDITORIAL, S.L.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). **Fundamentos del Marketing**. Décimo primera edición. Editorial: Pearson Educación, México. <https://pubhtml5.com/dizf/mlgp/basic>

Pérez, J. (2020). **Cómo aumentar las ventas efectivas en Instagram**. Revista de Negocios

Rodríguez, D., & López, J. (2018). **La importancia de la gestión de redes sociales para el éxito comercial en Instagram: un estudio de caso en Venezuela**. Revista Internacional de Investigación en Comunicación y Marketing Digital



«La creatividad es la inteligencia divirtiéndose»

Albert Einstein