



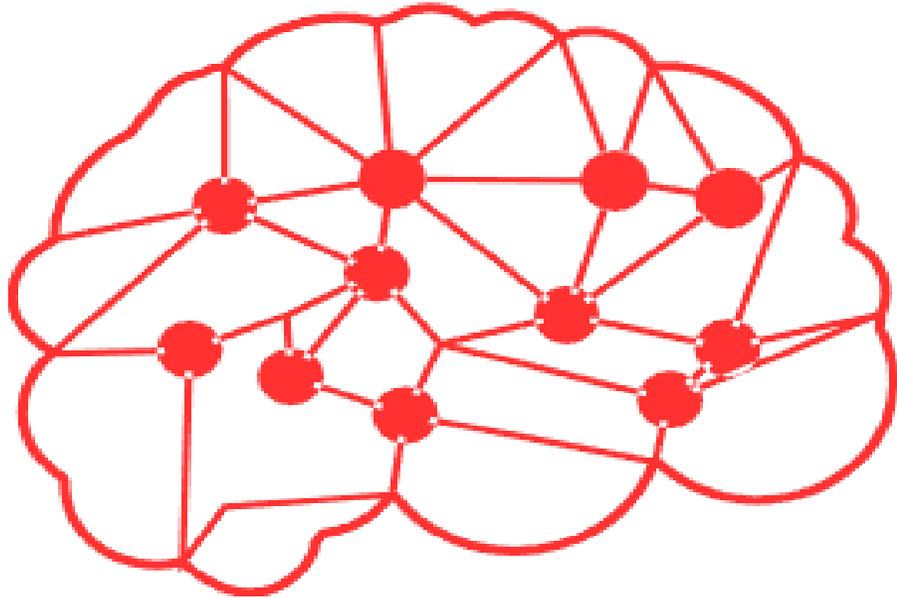
DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

Aplicaciones de la Inteligencia Artificial en el comercio



Razones por las que el comercio debe utilizar la IA



- Personalización y Experiencia del Cliente
- Competencia en el Mercado
- Eficiencia Operativa
- Predicción y Toma de Decisiones
- Adaptación a las Tendencias Tecnológicas
- Mejora del Servicio al Cliente

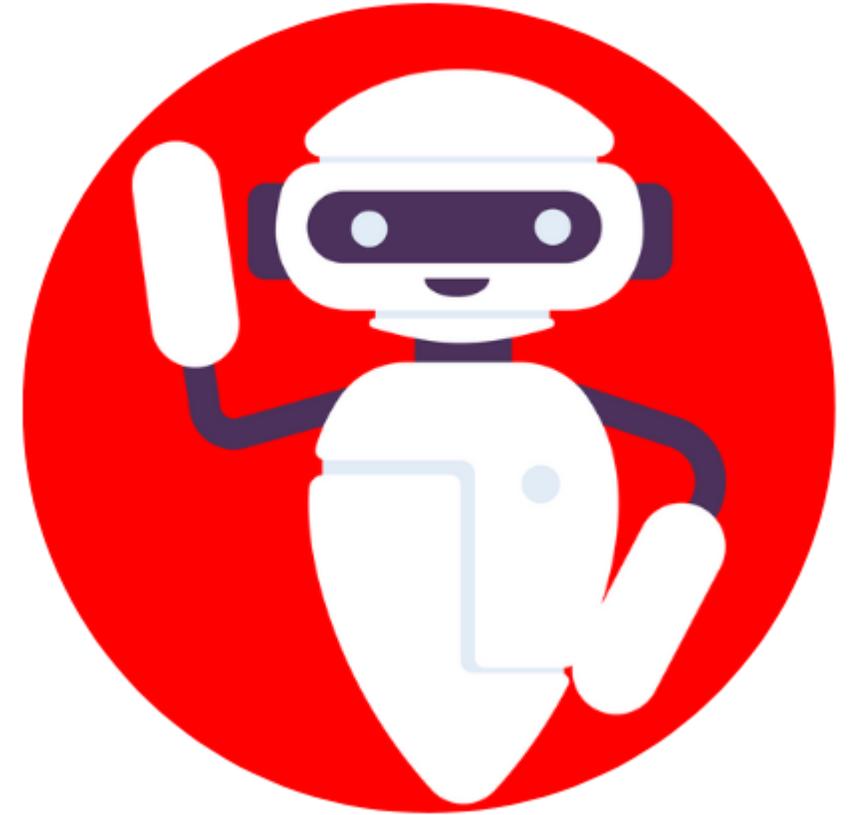
Personalización de la experiencia de la clientela

- La IA permite recopilar y analizar datos de nuestra clientela para ofrecer **experiencias personalizadas**.
- Desde **recomendaciones de productos** hasta **ofertas exclusivas**, la IA utiliza algoritmos de aprendizaje automático para comprender las preferencias y el comportamiento del cliente y proporcionar **contenido relevante**.



Asistentes virtuales y chatbots

- Los asistentes virtuales y chatbots impulsados por IA pueden **interactuar con los clientes en tiempo real, responder preguntas comunes, brindar soporte y guiarles a través del proceso de compra**, mejorando la atención al cliente y reduciendo la carga de trabajo del personal.



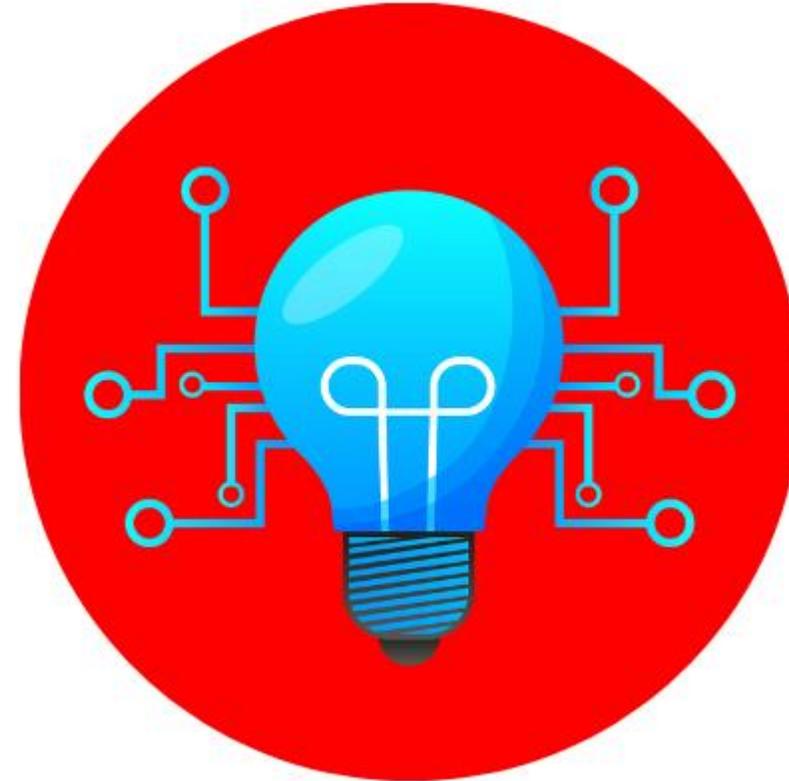
Optimización de precios:

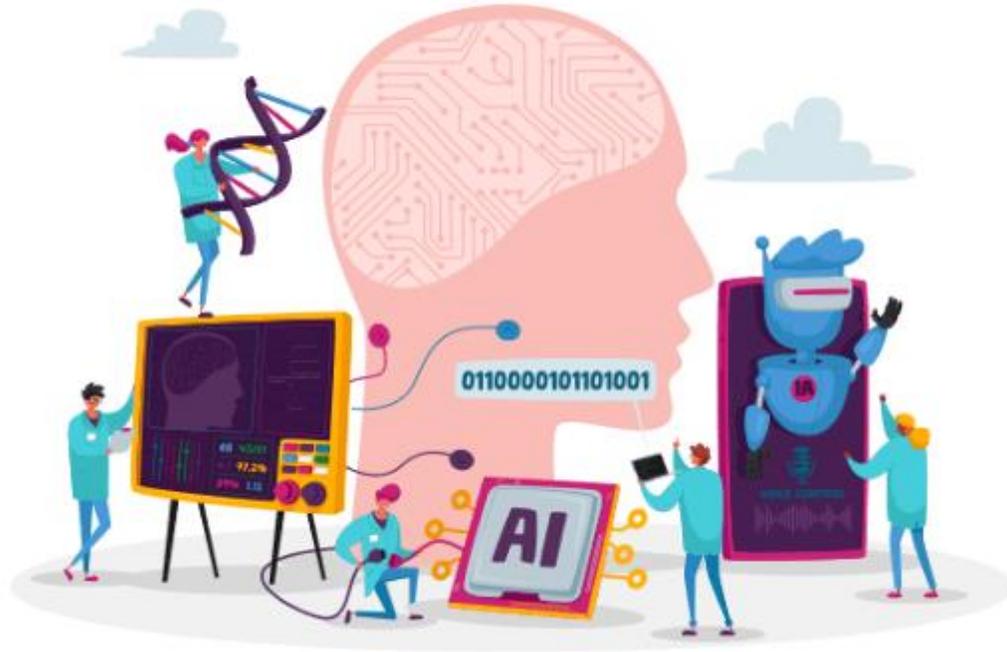


- La IA puede analizar datos de mercado, competidores y comportamiento de los clientes para ajustar **dinámicamente los precios y ofrecer ofertas personalizadas**, maximizando así las ventas y márgenes de beneficio.

Gestión de inventario y pronóstico de demanda

- Mediante el análisis de datos históricos de ventas y tendencias del mercado, la IA puede predecir la demanda futura y **optimizar los niveles de inventario**, evitando así el exceso o la escasez de productos.

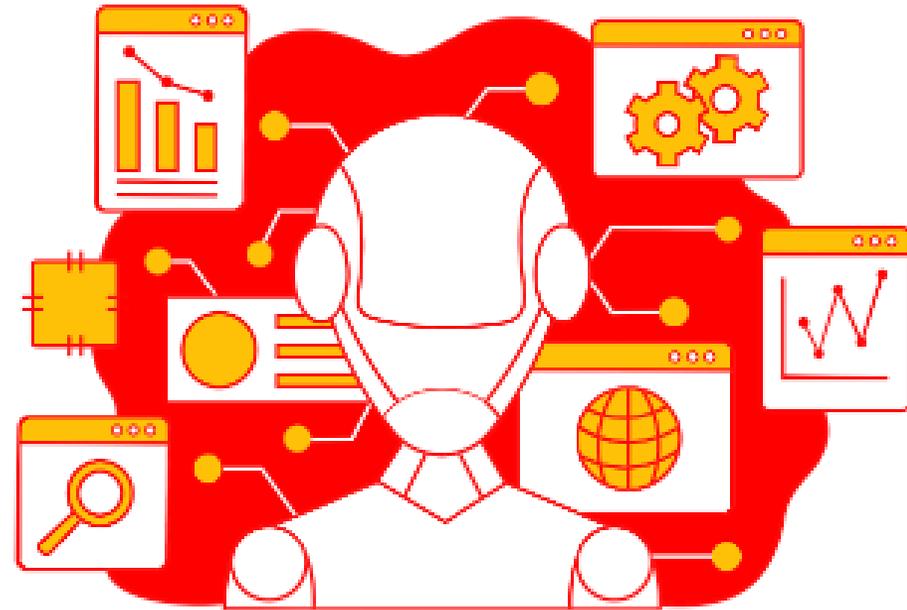




- La IA puede **detectar patrones de comportamiento sospechoso** en las transacciones y **alertar sobre posibles fraudes**, lo que ayuda a proteger tanto a los clientes como al comercio.

Análisis de sentimiento y redes sociales:

- La IA puede analizar las redes sociales y otros datos en línea para comprender el sentimiento de nuestra clientela y obtener **información sobre la percepción de la marca** y los productos en el mercado.



Visualización y realidad aumentada:



- La IA puede **mejorar la experiencia de compra** permitiendo a los clientes ver cómo se ven los productos en la vida real a través de la realidad aumentada o recomendando productos similares a través de imágenes y reconocimiento de objetos.

Automatización de procesos:

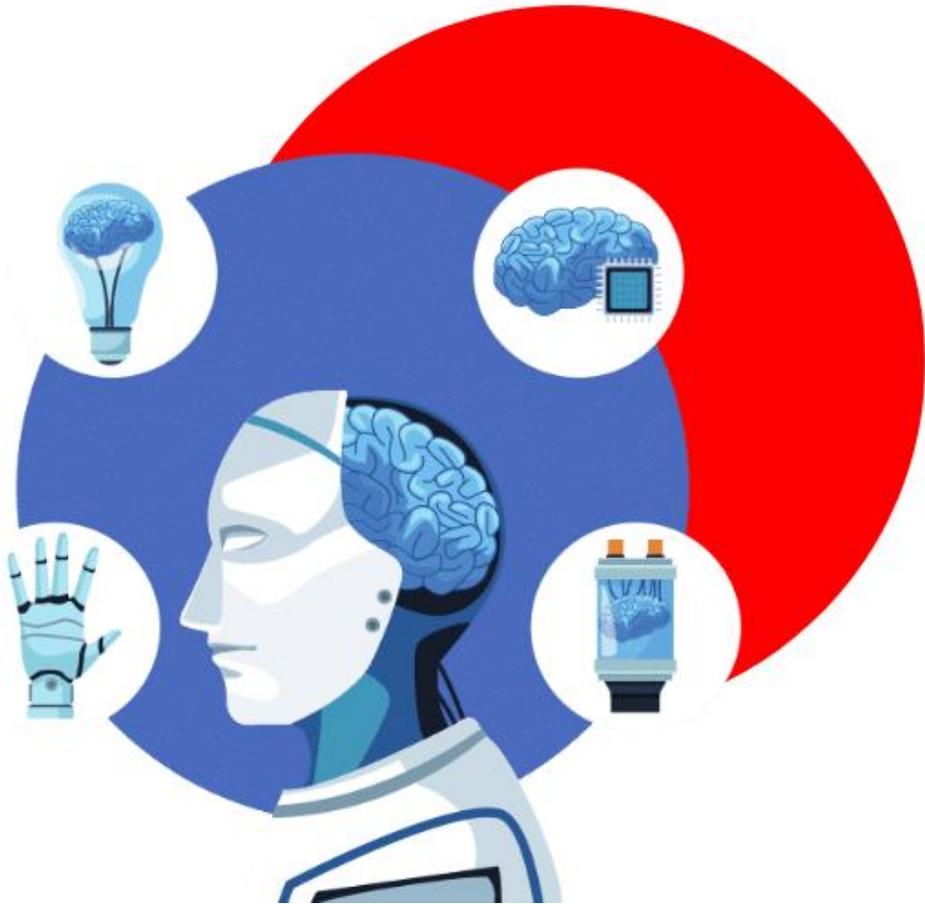
- La IA puede **automatizar tareas repetitivas y de bajo valor añadido**, como la gestión de inventario, la generación de informes y el procesamiento de pedidos, lo que libera tiempo para que el personal se centre en tareas más estratégicas.



Predicción y análisis de tendencias:



- La IA puede analizar datos de ventas, comportamiento del consumidor y tendencias del mercado para **predecir futuras tendencias** y ayudar a los comercios a tomar decisiones informadas sobre sus estrategias de productos y marketing.



- Estas aplicaciones de la IA en el comercio minorista están **transformando la forma en que las empresas interactúan con los clientes, optimizan sus operaciones y se mantienen competitivas en un mercado en constante cambio.**

