



R impulsa un novo almorzo dixital para orientar as empresas sobre como mellorar as vendas coas aplicacións da IA

Intelixencia artificial para achegarse aos/ás clientes/as

- ***O científico de datos Luis Pita-Romero ofreceu aos/ás participantes no almorzo dixital R desta mañá algunhas claves para aplicar a Intelixencia Artificial (IA) aos negocios e mellorar as súas vendas.***
- ***O experto da consultora 'baobab soluciones' e colaborador de BAI ANALYTICS (área de IA de R) explicou que “o importante é detectar as necesidades dos negocios e como a IA pode axudalos a entender mellor os/as clientes/as e o seu comportamento”.***
- ***R continúa acompañando empresas pequenas, medianas e grandes no seu camiño cara á dixitalización plena, tamén na nova conxuntura postpandémica, que chega cargada de desafíos e oportunidades para elas.***
- ***O encontro desta mañá congregou dixitalmente, no auditorio do edificio virtual de R “The Tech Experience”, máis dun centenar de responsables de empresas e profesionais do sector.***

Xoves, 24 de febreiro de 2022.- *“Mellora a túa relación e o coñecemento do teu cliente/a coa IA”.* Baixo o reto deste título arrincaba esta mañá un novo *almorzo dixital R* onde se analizaron as posibilidades da Intelixencia Artificial (IA) para profundar no coñecemento de inquietudes+preferencias dos/das clientes/as, adaptalas ao negocio e mellorar as vendas.

A premisa do encontro é sinxela: os sistemas e procesos baseados en IA permiten mellorar as relacións da empresa cos/coas destinatarios/as dos seus produtos e servizos, coñecelos/as máis a fondo e, en consecuencia, perfeccionar toda a cadea de valor; o resultado final adáptase moito máis, en cada momento, a esas necesidades do/da cliente/a, as vendas melloran, e a rendibilidade e beneficios da empresa tamén.

Ao fío destes alicerces, Luis Pita-Romero asegurou no almorzo dixital que *“a IA é unha ferramenta moi potente que cada vez será máis habitual á hora de coñecer os/as clientes/as”.* Para o especialista da consultora 'baobab soluciones' e colaborador de BAI ANALYTICS - equipo experto de R especializado en Intelixencia Artificial-, o máis importante é *“comprender, por unha banda, as necesidades dos negocios e, por outro, como a IA pode axudalos a conseguiren un maior entendemento dos/as clientes/as e do seu comportamento”.*

Durante a charla quedou patente que a Intelixencia Artificial é o compoñente perfecto para seguir avanzando no día a día das empresas galegas. Sobre todo porque os campos onde é posible abordar e analizar información son cada vez máis amplos e formulan, progresivamente, novos desafíos e oportunidades. E aínda máis no período postpandémico, cargado de retos, que vimos de comezar.

No encontro, desenvolvido no edificio virtual de **R** “The Tech Experience” para un auditorio de máis dun centenar de profesionais e responsables do sector, analizáronse as **capacidades da IA para achegarse ao/á cliente/a**, interpretando a información que eles/as mesmos/as lle proporcionan á empresa por diferentes canles.

Ese **feedback ou retorno** dos/as consumidores/as, a información posterior que lle devolven ao negocio sobre a súa experiencia de cliente/a é un activo moi importante que, unido ás características dos produtos ou servizos adquiridos, nos permitirá coñecer cales son os seus gustos, preferencias e necesidades. “A IA, explicou Luis Pita-Romero, utiliza as interaccións do/da cliente/a, as súas características e comportamentos e separa a información relevante da que non o é, logrando así obter conclusións valiosas”. A partir de aí poderase establecer con eles/as unha relación máis estreita, máis positiva e máis centrada precisamente neses aspectos que tanto valoran os/as destinatarios/as do produto ou servizo en cuestión: “entre outros usos, a través destas técnicas analíticas, ao revelarnos o que é esencial para os/as nosos/as clientes/as permítenos mellorar a súa experiencia e aumentar a súa satisfacción, focalizando os nosos esforzos xusto aí”, reiterou o experto.

Empresas máis competitivas, empresas “data driven”

Colateralmente neste foro de **R** estíbbase a falar de empresas que poden converterse en “**data driven**”, as que adaptan a súa cultura empresarial a unha contorna dixitalizada e utilizan a información para mellorar o seu funcionamento. Este modelo de empresa dixitalizada consegue, en primeiro termo, aumentar a súa competitividade e optimizar o proceso de toma de decisións mediante o emprego eficiente dos datos. **A información sobre os/as seus/súas clientes/as convértese no seu principal activo de valor** e xestionala eficazmente é misión prioritaria. De novo, a Intelixencia Artificial, en primeiro plano.

BAI ANALYTICS, información e cliente/a

BAI Analytics é o grupo especializado de **R** que traballa para conseguir que empresas de calquera tamaño xeren valor de negocio utilizando **as mellores prácticas de IA**. Trátase dun equipo con anos de experiencia no aproveitamento das tecnoloxías de Intelixencia Artificial aplicada á empresa, que coñece moi de preto, ademais, clientes/as dos sectores máis variados.

Xestionar con acerto os datos da empresa, sexa do tamaño que sexa, é a primeira materia que deben superar todos os negocios. Poida que este sexa un dos problemas máis urxentes de calquera organización de cara a articular, despois, modelos predictivos de IA que respondan as preguntas fundamentais para **achegarse máis aos/ás seus/súas clientes/as actuais e potenciais**.

Comunicación R

prensa@mundo-r.net

R.gal