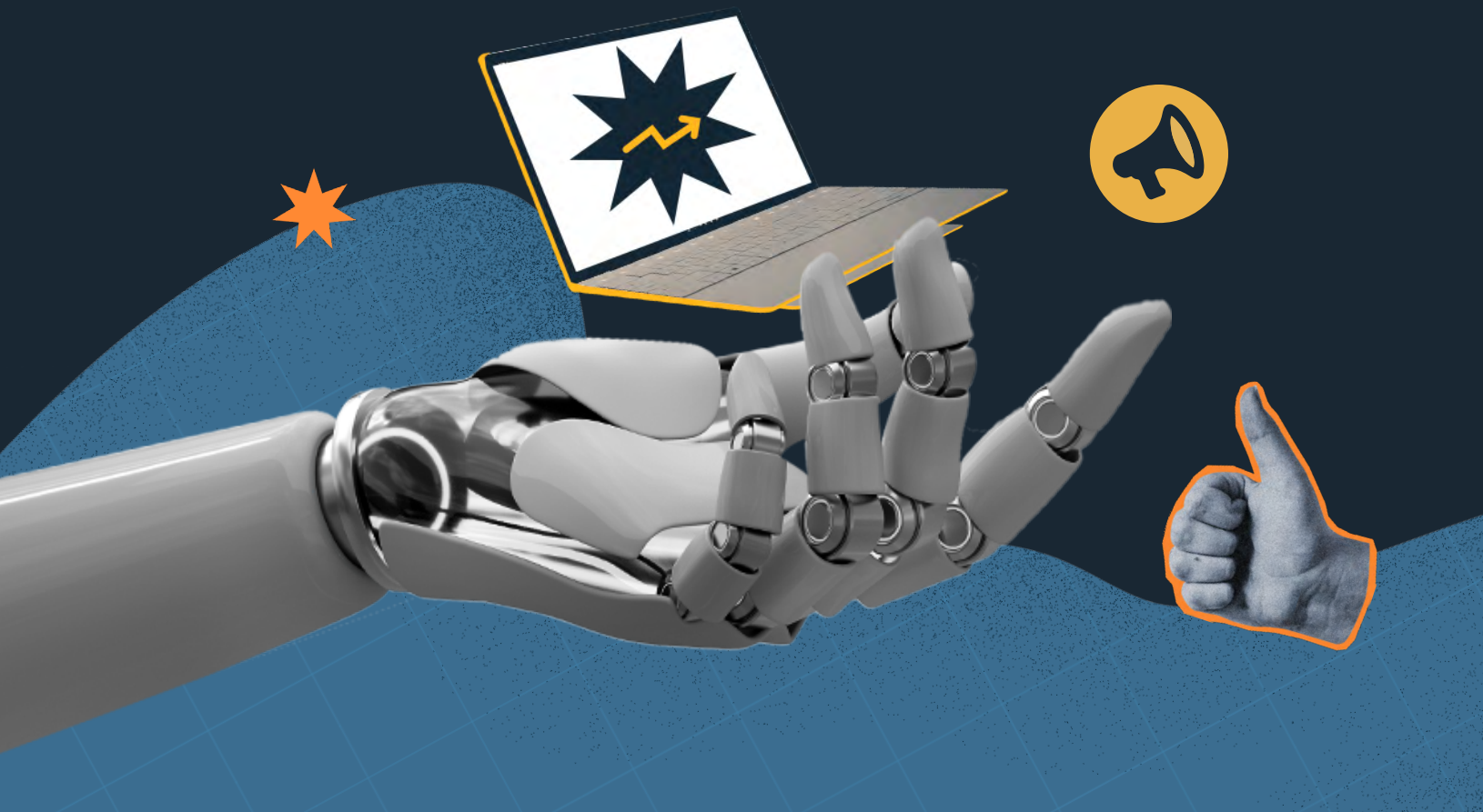


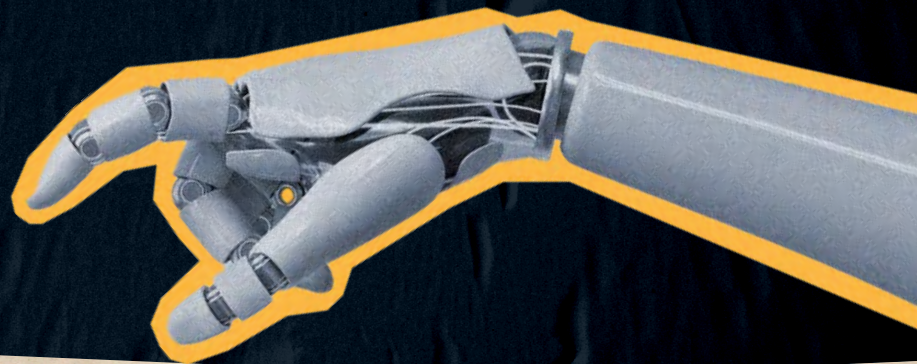
HubSpot

MARKETING
against
the grain

MÉTODO DE 5 PASOS PARA DOMINAR LA IA EN MARKETING



Próximamente



INTRODUCCIÓN

La IA como complemento creativo y estratégico en el marketing moderno **3**

[Ir a la sección →](#)

PASO 1

Domina los prompt para obtener recomendaciones de IA **5**

[Ir a la sección →](#)

PASO 2

Entrena la IA con el contenido y la información específicos de la marca **8**

[Ir a la sección →](#)

PASO 3

Desarrolla plantillas para crear contenido a cualquier escala **11**

[Ir a la sección →](#)

PASO 4

Usa los agentes virtuales para mejorar la automatización y la eficiencia **14**

[Ir a la sección →](#)

PASO 5

Desarrolla aplicaciones personalizadas usando la programación por IA **18**

[Ir a la sección →](#)

CONCLUSIÓN

Ideas clave sobre cómo aprovechar la IA para optimizar el marketing **22**

[Ir a la sección →](#)

ANEXO

Herramientas y recursos prácticos sobre IA **23**

[Ir a la sección →](#)



Introducción

La IA como complemento creativo y estratégico en el marketing moderno

La inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una de las herramientas más transformadoras de las y los representantes de ventas, no sólo para automatizar tareas repetitivas, sino para mejorar la creatividad y el pensamiento estratégico y establecer relaciones significativas con los clientes. Imagina tener un compañero que aprenda de los datos, se adapte al feedback y te ayude a identificar oportunidades de gran influencia a gran escala: éste es el papel que la IA puede desempeñar en las actividades de marketing. Como explica Kieran Flanagan, **"la IA no es una herramienta de copiar y pegar; es una herramienta que acelera el aprendizaje"**. Con la ayuda de la IA, las y los profesionales del marketing pueden experimentar más rápido, obtener información más detallada y concentrarse en las estrategias innovadoras, centradas en el cliente, que hagan resaltar la marca.

Qué encontrarás en esta guía

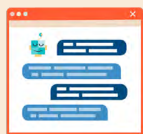


Esta guía ofrece un modo de usar la IA accesible, práctico y aplicable a todos los contextos que puede utilizar cualquier marketer, sin importar su experiencia con la tecnología. Mediante un método claro de cinco pasos, aprenderás a integrar la IA en tus actividades de marketing de forma que aumente tanto tu eficacia como tu creatividad. Cada paso incluye estrategias prácticas para ayudarte a crear flujos de trabajo más eficientes, desarrollar una experiencia del cliente más personalizada y aprovechar la IA como la mejor ayuda para alcanzar tus metas. Este es un breve resumen de los temas que trataremos:



Domina los prompt para obtener recomendaciones de IA

Descubre como crear prompt sencillos pero capaces de guiar la IA para que produzca resultados de alta calidad adaptados a tus necesidades de marketing.



Entrena la IA con el contenido y la información específicos de la marca

Aprende a entrenar a la IA con la voz y los valores únicos de tu empresa, transformándola en una extensión de tu equipo que produce contenido relevante y adaptado a la marca.



Desarrolla plantillas para crear contenido a cualquier escala

Agiliza la producción de contenidos creando plantillas reutilizables que permitan a la IA replicar los mejores formatos, manteniendo la calidad y la coherencia en todos los canales.



Usa los agentes virtuales para mejorar la automatización y la eficiencia

Descubre cómo los agentes de IA pueden encargarse de las tareas repetitivas, para que puedas concentrarte en las estrategias más importantes y agilizar el trabajo de tu equipo de marketing.



Desarrolla aplicaciones personalizadas usando la programación por IA

Entérate de cómo las aplicaciones personalizadas desarrolladas mediante IA pueden resolver tareas complejas en múltiples áreas, desde la segmentación de clientes hasta el seguimiento de campañas, para tener más datos y más flexibilidad.

Cada paso constituye una manera de aprovechar el potencial de la IA como recurso creativo y estratégico, lo que te permitirá personalizar, ampliar e innovar en tus iniciativas con confianza. Sin importar si no tienes experiencia con la IA o si quieres extender su uso en tu estrategia, esta guía te dará las herramientas y los conocimientos necesarios para tomar medidas importantes.

Paso 1

Domina los prompts para obtener recomendaciones de IA

Saber crear prompts es una habilidad esencial para utilizar la IA con eficacia. Es lo mismo que cuando escribes un brief o resumen creativo para una campaña: cuanto más preciso sea, más posibilidades tendrá tu equipo (sea humano o de IA) de conseguir lo que planificaste. Un prompt bien elaborado permite que la IA analice tus metas, del mismo modo que un buen resumen plantea de forma clara a tu equipo la visión de una campaña.

Como profesional del marketing, entender cómo crear prompts eficaces facilita el modelado de las respuestas de la IA para que produzcan exactamente lo que necesitas. Es una habilidad que te permitirá orientar los resultados de la IA para que se ajusten a tus objetivos y a la voz de marca. Con unas pocas técnicas básicas, puedes empezar a crear prompts que mejoren la eficacia de la IA para satisfacer tus necesidades.

Entonces, ¿qué se necesita para elaborar un buen prompt? Kieran Flanagan devela un secreto: **"Claude es mucho mejor ingeniero de prompts que la mayoría de las personas. Y si le pides a Claude que cree un prompt para ti, su primer intento será bastante bueno."**

La IA puede sugerirte prompts iniciales que puedes perfeccionar para acotar los resultados y encontrar la respuesta que necesitas.

En última instancia, la eficacia de la IA en tu estrategia de marketing depende de que uses bien los prompts. Cuanto más desarrolles esta habilidad, más control tendrás sobre los resultados de la IA, lo que garantizará que sean más precisos y que reflejen la marca y las metas de tu empresa.

"¿Cómo dominar la IA? Todo está en el prompt."

Kieran Flanagan
Vicepresidente sénior de marketing
de HubSpot

Prácticas recomendadas para elaborar prompts eficaces

Saber redactar un prompt es fundamental para potenciar el uso de la IA en tu estrategia de marketing. Estas son algunas recomendaciones para empezar a desarrollar esta habilidad:

Elabora prompts claros y específicos

Cuanto más claro sea el prompt, más probable será que la IA entregue el resultado que quieres. Evita que las preguntas o instrucciones sean vagas; especifica al máximo lo que buscas.

- Ejemplo: En lugar de decir: "ideas para un artículo de blog", acota la instrucción: "Genera tres ideas para artículos de blog sobre cómo la IA mejora la experiencia de marketing personalizada para empresas B2B".

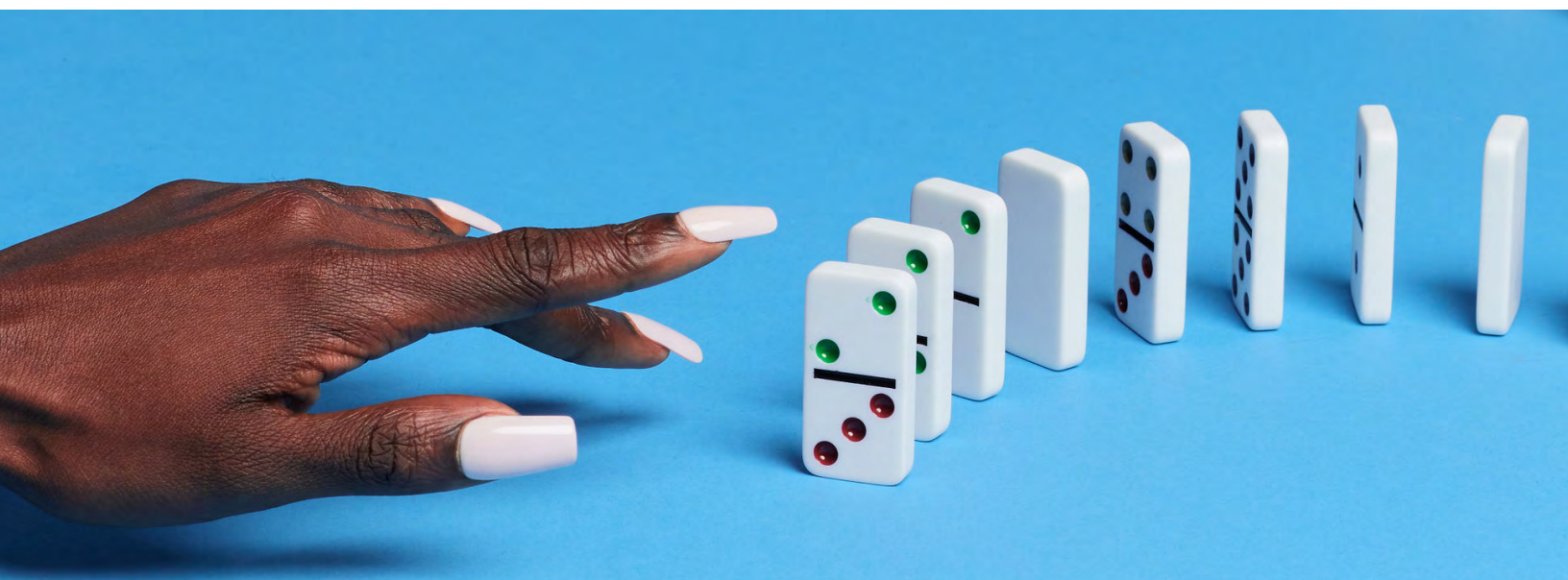
Proporciona contexto

Los modelos de IA funcionan mejor cuando les proporcionas información suficiente para satisfacer tus necesidades. Especificar el contexto, como indicar tu público objetivo o el tono que quieres utilizar, ayuda a la IA a adaptar la respuesta.

- Ejemplo: "Redacta un titular y un párrafo introductorio para un correo que promocióne nuestra herramienta de calificación de leads. El tono debe ser explicativo y directo, y el texto debe estar dirigido a las y los managers de ventas y marketing que quieran agilizar su proceso de calificación de leads."

Usa la regla de los cinco intentos

Al utilizar prompts, no te conformes con la primera respuesta, ya que los mejores resultados se obtienen después de un proceso de depuración. Empieza con un prompt inicial y, a continuación, amplía la respuesta con prompts de seguimiento. Acota el prompt por lo menos cinco veces para explorar diferentes ángulos, ajustar el tono u obtener más detalles.



"Nunca aceptes la primera respuesta. Yo lo llamo la regla de los cinco intentos: acota la pregunta cinco veces para conseguir algo realmente bueno."

Kieran Flanagan

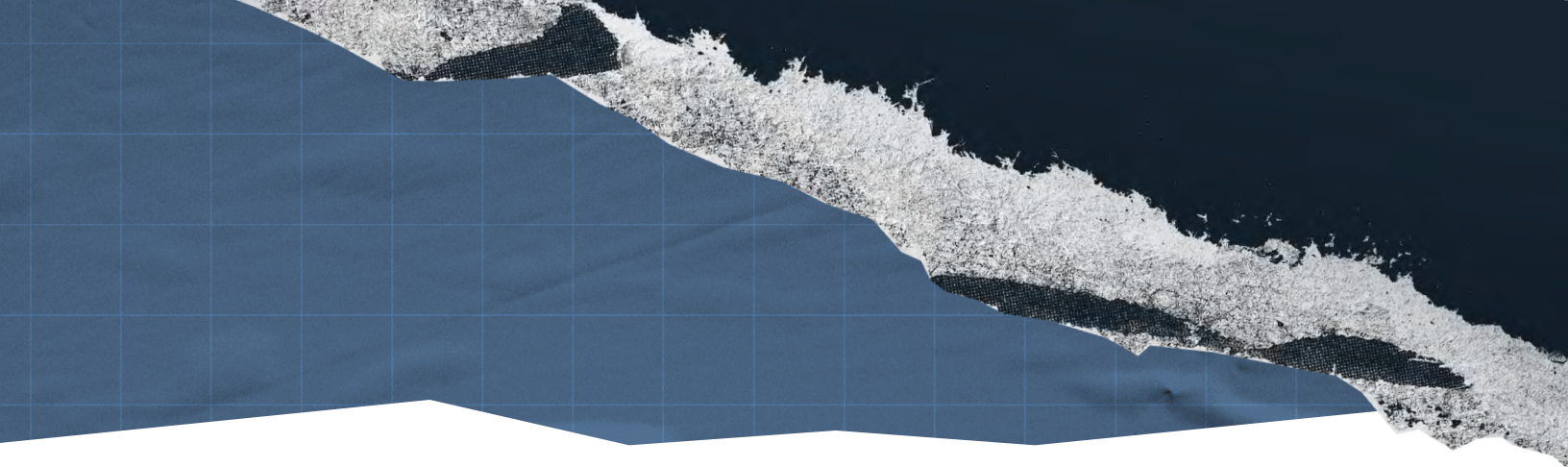
Vicepresidente sénior de marketing de HubSpot



Si quieres conocer mejor esta técnica, en el video "[Use ChatGPT to 10X Your Following on LinkedIn](#)", Kieran y Kipp explican cómo un buen prompt puede mejorar las interacciones en LinkedIn y la creación de contenidos. Estos son algunos aspectos clave que mencionan en el video:

- **Las razones para depurar la respuesta:** el hecho de ir ajustando los prompt paso a paso permite convertir la IA en una herramienta para optimizar el contenido, en vez de una simple máquina de respuestas.
- **La importancia de proporcionar ejemplos claros y contexto:** dar buenos ejemplos en el prompt permite guiar a la IA para que produzca respuestas más específicas y útiles.
- **El papel de la supervisión humana:** las fortalezas y las limitaciones de la IA resaltan el valor de un proceso iterativo para depurar y verificar los resultados en cuanto a precisión y relevancia.

En este video verás la regla de los cinco intentos en acción, con ejemplos concretos de cómo acotar los prompt de IA con eficacia. Sin importar si estás redactando publicaciones de LinkedIn, textos publicitarios o mensajes de correo, este método permite depurar los resultados a fin de obtener un contenido más preciso y interesante.



Paso 2

Entrena la IA con el contenido y la información específicos de la marca

Para obtener los mejores resultados con la IA, imagina que se comporta como una persona que acaba de incorporarse a tu equipo. Del mismo modo en que se entrena un nuevo miembro del equipo, entrenar la IA implica mostrarle la voz, los valores y las expectativas únicas de tu marca. Con la orientación adecuada, la IA puede convertirse en una extensión de tu equipo, mediante la producción de resultados coherentes y relevantes que reflejen tu marca.

Así lo explica Kieran Flanagan: **"normalmente los resultados que genera la IA reflejan tu eficacia como mánager al gestionar este asistente de IA. Si no ajustas el contexto o no le enseñas cómo desempeñar su función, no servirá de nada."** Brindar este contexto desde el principio prepara a la herramienta de IA para que genere resultados que se ajusten de forma natural al estilo y los estándares de tu marca.

"Si te esfuerzas por documentar claramente el trabajo que estás haciendo, tu equipo, sean humanos o sea la IA desempeñarán su labor con eficacia."

Kipp Bodnar
Director de marketing de HubSpot

Caso de éxito

Klarna optimiza sus actividades de servicio al cliente con la IA

Entrenar bien la IA puede hacer una gran diferencia; así lo comprobó Klarna cuando simplificó las directrices para transformar la asistencia al cliente, lo que hizo que su herramienta de IA ofreciera un servicio consistente y de alta calidad a gran escala.



Problema

Al principio, Klarna tenía dificultades para implementar la IA en el área de asistencia al cliente. A pesar de contar con modelos de IA de gran capacidad, sus primeros intentos no tuvieron éxito porque la herramienta requería una orientación más adecuada. La causa era que la documentación de entrenamiento de Klarna no definía claramente los estándares de calidad de las interacciones, lo que dificultaba que la IA determinara qué era una "buena" asistencia.



Solución

Klarna mejoró la documentación, específicamente las directrices de asistencia al cliente. Al reescribir estos documentos, Klarna proporcionó a la IA el estándar para garantizar la satisfacción en las interacciones, permitiéndole replicar mejor la calidad de los agentes de asistencia humanos.



Resultados

Con la mejora de la documentación de entrenamiento, Klarna amplió la asistencia de IA para que funcionara de manera equivalente a las y los 700 agentes de servicio al cliente. Este cambio le permitió a la empresa conservar la consistencia y la alta calidad en las interacciones a mayor escala, lo que demuestra la importancia de tener un buen proceso de entrenamiento de la IA.

700 AGENTES DE
SERVICIO AL
CLIENTE

Métrica clave: Mejorar la documentación de entrenamiento hizo que Klarna mejorara la capacidad de la IA para que ofreciera una atención equivalente al trabajo de 700 agentes.



Cómo entrenar la IA en la voz de tu marca

Para entrenar las herramientas de IA con eficacia, crea una **guía de estilo de marca con este propósito específico**. La guía debe servir como el plan de trabajo de la IA, en donde se indique con detalle el tono de la marca y el lenguaje preferente, y tenga ejemplos de "buenos" y "malos" resultados. Aquí tienes un plan sencillo para empezar:

Define el tono y el estilo de la marca

Define el tono (amistoso, profesional, ingenioso) y el estilo (conciso, detallado) que representarán a tu marca en todo el contenido.

- *Ejemplo:* "Utiliza un tono cálido y conversacional en las respuestas de asistencia al cliente, similar a cómo ayudarías a un amigo."

Proporciona ejemplos de respuestas con y sin el estilo de la marca

Incluye ejemplos concretos de respuestas que siguen o no el estilo de tu marca. Esto le permitirá a la herramienta de IA distinguir entre el contenido que se ajusta a tu marca y el que no.

- *Buen ejemplo:* "Estamos aquí para ayudarte, ¿Podrías dar más detalles sobre tu problema?"
- *Mal ejemplo:* "Por favor, expón tu asunto"

Identifica los casos en los que la voz de marca es esencial

Indica las áreas críticas en las que más importa la voz única de tu marca, como las interacciones de asistencia al cliente o la creación de contenidos. Es necesario que los resultados de la IA sean claros y coherentes con la marca para garantizar una experiencia del cliente consistente en estos escenarios.

"Creo que en el futuro, lo que vamos a ver en las empresas B2B son equipos internos de redacción técnica que puedan documentar y determinar que está "bien" en cada cargo, porque ese es el modo en el que entrenaremos a los agentes de IA para que mejoren en lo que les pedimos que hagan."

Kipp Bodnar
Director de marketing
de HubSpot





Paso 3

Desarrolla plantillas para crear contenido a cualquier escala

Las plantillas son herramientas potentes para los profesionales del marketing que buscan expandir la creación de contenidos. Al convertir los mejores formatos en plantillas reutilizables, puedes producir rápidamente resultados de alta calidad, consistentes y acordes con la marca, incluso cuando aumente la demanda. Las plantillas también sirven como una **herramienta que acelera el aprendizaje de la IA**, guiándola para que reproduzca modelos efectivos sin empezar de cero cada vez.

Como explica Kipp Bodnar: **"la idea es crear plantillas para entender las razones detrás de un buen resultado con mayor rapidez. Hay que encontrar a las personas más expertas y utilizar la IA para determinar cómo lo hacen. Después, le preguntas a la herramienta de IA cómo redactar un prompt para poder hacer esto a gran escala en lugar de hacerlo como un proyecto puntual."** Al aprovechar las plantillas, las y los profesionales del marketing pueden aplicar las mejores técnicas directamente en sus workflows, maximizando el potencial de la IA para crear contenidos de manera consistente y expandible.

Analizar las razones del éxito

Uno de los aspectos más valiosos de la creación de plantillas es la capacidad de **analizar qué determina el alto rendimiento del mejor contenido**. Empieza por identificar el contenido que más éxito ha tenido entre tu público objetivo, como publicaciones en redes sociales, introducciones en los artículos de blog o secuencias de correo. Analiza el estilo, la estructura y el tono, y busca los elementos comunes que contribuyen a su eficacia.

Al poner estos elementos en una plantilla, permites que la IA reproduzca el estilo y la estructura de contenidos similares dirigidos a diferentes segmentos de la audiencia o a cumplir con ciertas metas. Este método facilita la aplicación de las mejores técnicas, lo que garantiza que la IA esté correctamente entrenada para ofrecer contenido de calidad en todo momento.

Crea plantillas eficaces

La creación de plantillas eficaces empieza por identificar qué tipos de contenido se repiten con frecuencia y desglosar sus componentes esenciales. A continuación encontrarás consejos sencillos para crear plantillas que se puedan utilizar con la IA:

1 Elige tipos de contenido de gran influencia

Empieza por buscar los tipos de contenido que creas con más frecuencia, como artículos de blog, publicaciones de redes sociales o textos de correo electrónico, son candidatos ideales para la plantilla, ya que tienen una estructura y un tono constantes.

2 Analiza y desglosa el contenido

Examina los mejores ejemplares de cada tipo de contenido para identificar qué los hace eficaces. Busca qué tono, estructura, gancho y estilo rinden buenos resultados constantemente entre los lectores. Para agilizar este proceso, puedes utilizar herramientas como ChatGPT o Claude: pídeles que analicen un contenido concreto y destaquen los componentes principales. Este análisis mediante IA agiliza la identificación de los elementos que debes incluir en tu plantilla, lo que facilita a su vez la reproducción de los modelos con mayor éxito.

3 Define los elementos para la replicación

Identifica los elementos específicos de cada tipo de contenido que quieres replicar. Por ejemplo, en el caso de la introducción de un artículo de blog, podría ser un gancho que llame la atención, un breve resumen y una llamada a la acción. Definir estos elementos en la plantilla crea una estructura clara que la IA puede seguir.

4 Crea la plantilla

Combina estos elementos en una plantilla estructurada, especificando el tono, el estilo y el formato. Las plantillas guían a las herramientas de IA para que produzcan resultados que reflejen los patrones de alto rendimiento identificados.

Caso de éxito

Estrategias de contenido a cualquier escala con MrBeast y Jenny Hoyos

Dos buenos ejemplos de estrategias de contenido aplicables a cualquier escala son los de los creadores de YouTube [MrBeast](#) y [Jenny Hoyos](#). Ambos han perfeccionado sus formatos de video hasta convertirlos en un método científico. MrBeast, por ejemplo, desglosa sus videos minuto a minuto para garantizar que cada segundo contribuye a mantener el interés de la audiencia, mientras que la estructura de los cortos de YouTube de Jenny Hoyos está destinada a cautivar a los espectadores en cuestión de segundos.

Al analizar a las y los creadores con mayor éxito, sabrás qué hace que su contenido funcione para adaptar esos principios a tus plantillas. Por ejemplo, es posible que descubras que un cierto gancho de apertura o un patrón visual específico son atractivos para los espectadores. Incorporar estas observaciones a una plantilla permite a la IA reproducir los elementos de mayor rendimiento en futuros contenidos, optimizando así las interacciones.



Paso 4

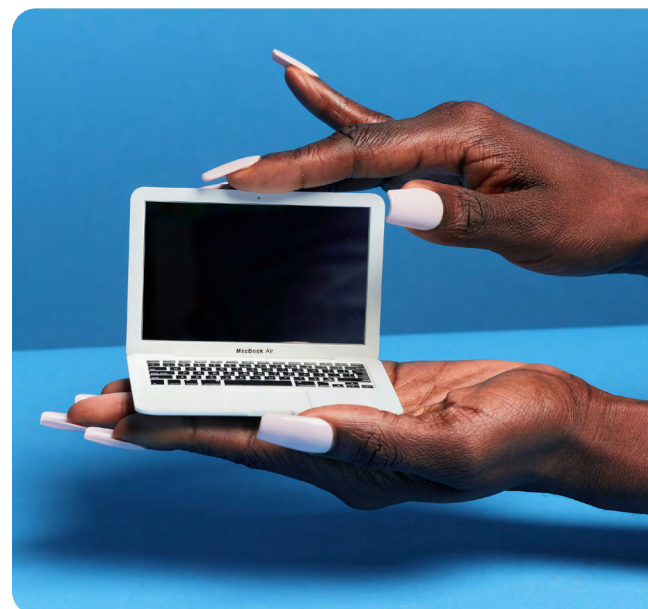
Usa los agentes virtuales para mejorar la automatización y la eficiencia

Los agentes virtuales son más que herramientas de apoyo; forman una parte integral de tu equipo, ya que son capaces de gestionar diversas tareas con rapidez, constancia y precisión.



Qué son los agentes virtuales

Los agentes virtuales son programas basados en IA que están diseñados para realizar tareas específicas y repetitivas de forma autónoma, desde la generación de leads hasta la interacción en redes sociales. Al encargarse de estas actividades esenciales pero que requieren mucho tiempo, los agentes virtuales aumentan la eficacia operativa, reducen la carga de trabajo y garantizan una ejecución constante a gran escala. Los agentes virtuales ayudan a los equipos a trabajar con eficacia y a centrarse en lo más importante, ya sea nutrir a los clientes potenciales, interactuar en las redes sociales o clasificar el contenido para que tengan un alcance óptimo.



Por qué los agentes virtuales son un factor crucial

La creación de plantillas eficaces empieza por identificar qué tipos de contenido se repiten con frecuencia y desglosar sus componentes esenciales. A continuación encontrarás consejos sencillos para crear plantillas que se puedan utilizar con la IA:

1 Optimización específica del contenido y las interacciones

Los agentes virtuales pueden hacer mucho más que tareas básicas, ya que categorizan el contenido y lo optimizan para plataformas específicas. Por ejemplo, Kieran utilizó un agente de IA para analizar y categorizar su contenido de LinkedIn, el cual utiliza distintos estilos de interacción que funcionan muy bien entre su audiencia. El agente clasificó los mensajes en formatos los siguientes:

- **Lecciones educativas:** mensajes que comparten una lección clara y práctica sobre un tema relevante. Este contenido fomenta la credibilidad y es muy útil, lo que aumenta las probabilidades de transmisión e interacción.
- **Propuestas contrarias al sentido común:** mensajes que desafían las creencias comunes o muestran una versión arriesgada de las normas del sector. Estas publicaciones suelen suscitar el debate ofreciendo una perspectiva inesperada que fomenta la interacción a través de los me gusta, los comentarios y la transferencia de contenido.
- **Artículos de ratificación:** mensajes que refuerzan creencias o puntos de vista muy extendidos, de forma que la audiencia se sienta reafirmada. Estas publicaciones crean una sensación de cercanía, ya que los lectores ven sus pensamientos o problemas reflejados en el contenido.

Al dividir su contenido en estas categorías, Kieran pudo adaptar cada publicación al estilo que tenía más probabilidades de generar interacciones en LinkedIn. Este nivel de precisión permite a las y los profesionales del marketing ofrecer contenido personalizado, relevante y optimizado para lograr el mejor efecto, pues convierte cada publicación en una táctica de contenido más estratégica y expandible. El agente de IA no sólo automatiza la publicación, sino que genera contenido que permite conectar de forma significativa con la audiencia.

2 Escalabilidad estratégica

Cuando los agentes virtuales categorizan y dan formato al contenido en función de lo que funciona mejor, las y los marketers pueden definir el propósito detrás de la expansión. El agente de IA de Kieran le ayudó a aumentar las impresiones en LinkedIn de cientos de miles a millones, demostrando así la escalabilidad de este método. Los equipos de marketing pueden reproducir sistemáticamente el contenido de alto rendimiento incorporando las mejores técnicas a la programación del agente.

3 Renovación de la estructura del equipo

Kieran imagina que los equipos de marketing en el futuro integrarán miembros humanos y de IA, cada uno cumpliendo funciones específicas. De esta manera, los agentes de IA se encargarán de las tareas rutinarias que consumen mucho tiempo, dando a los miembros humanos del equipo más libertad para dedicarse a proyectos estratégicos e innovaciones creativas. Esta colaboración mejora la agilidad del equipo, lo que facilita que el área de marketing se adapte rápidamente a la evolución de las metas y las tendencias del sector.

Implementación de los agentes en los workflows de marketing

Si ya tienes todo preparado para incorporar los agentes virtuales a tu trabajo, te brindamos una guía detallada que te ayudará a empezar a usar un agente de IA adaptado a tus necesidades de marketing:

Identifica las tareas más importantes para automatizarlas

Identifica las tareas que son esenciales pero repetitivas, como la generación de leads, la categorización de contenido, o las respuestas a preguntas frecuentes. Los agentes virtuales son ideales para estas actividades, en las que la consistencia y la velocidad son fundamentales.

Define objetivos y parámetros claros

Establece metas claras para tu agente virtual y describe la finalidad, el ámbito de aplicación y los resultados específicos que esperas. Por ejemplo, si la tarea del agente es interactuar en las redes sociales, especifica el tipo de respuestas que debe generar, el tono de voz y cualquier procedimiento de derivación para consultas complejas.

Selecciona la herramienta de IA adecuada

Elige una herramienta o plataforma de IA con funciones que se ajusten a tus necesidades. Busca soluciones que permitan la personalización, lo que te permitirá controlar el flujo de trabajo, las respuestas y las vías de derivación para que sean coherentes con tu marca.

Entrena el agente usando la información y los datos de la marca

Para garantizar la aplicación consistente de tu marca, proporciona al agente virtual información como el tipo de buyer persona, el tono de la marca y ejemplos de respuestas. Esto facilitará que identifique los matices de tu marca y brinde interacciones auténticas.

Utiliza escenarios de prueba e itera

Prueba el agente en escenarios reales para evaluar su desempeño. Recoge datos y depura los parámetros con base en los resultados iniciales para mejorar la precisión y la eficacia de la respuesta. La iteración es fundamental para coordinar los resultados del agente con tus metas.

Controla el rendimiento y optimízalo regularmente

Una vez que el agente ya está en funcionamiento, debes seguir controlando su desempeño. Optimizarlo regularmente te permite mejorar sus capacidades, ya que se mantiene coordinado con la evolución de los objetivos y mejora con el tiempo.



Al adoptar a los agentes virtuales como miembros integrales del equipo, puedes mejorar la eficacia operativa, expandir las iniciativas y centrar la energía de tu equipo en el crecimiento estratégico. Los agentes virtuales agilizan el trabajo y abren la posibilidad de lograr más con mayor precisión e impacto.



Paso 5

Desarrolla aplicaciones personalizadas usando la programación por IA

La programación con IA ha abierto nuevas posibilidades a los equipos de marketing, pues hace posible la creación de aplicaciones personalizadas sin tener conocimientos avanzados de programación. Plataformas como GPT Engineer permiten a los profesionales del marketing crear aplicaciones web y prototipos personalizados con sólo describir lo que quieren hacer. Esta tendencia ha facilitado que las y los representantes de ventas, empresarios y profesionales de cargos no técnicos experimenten, prueben y apliquen ideas que antes habrían requerido contratar a especialistas en programación o esperar semanas para que un proveedor finalizara el proyecto.

Kieran Flanagan y Kipp Bodnar imaginan un futuro en el que cualquiera puede usar programar usando la IA para crear aplicaciones que mejoren su estrategia de marketing. Gracias a la accesibilidad de las plataformas de programación, las y los profesionales del marketing ya deben limitarse a usar el software prediseñado o agentes de IA que solo llevan a cabo una tarea: pueden crear herramientas específicamente adaptadas a sus necesidades, desde la agregación de datos para obtener información estratégica hasta la creación de paneles interactivos.



Entender la diferencia entre los agentes y la programación de soluciones específicas con IA

Agentes virtuales

Los agentes virtuales son herramientas de IA que se encargan de tareas específicas y repetibles dentro de un ámbito definido. Son ideales para actividades rutinarias que requieren constancia y rapidez, como la generación de leads, la participación en las redes sociales o las interacciones básicas de servicio al cliente. Los agentes virtuales se consideran asistentes especializados que se centran en una tarea a la vez y siguen directrices claras para desempeñar funciones específicas.

Programación con IA para crear soluciones personalizadas

Por otra parte, la programación con IA permite a los profesionales del marketing crear aplicaciones más versátiles adaptadas a necesidades únicas o complejas. Estas aplicaciones personalizadas pueden integrar datos de múltiples fuentes, realizar análisis de datos o generar datos específicos que brinden información sobre la estrategia. Por ejemplo, los representantes de ventas pueden utilizar GPT Engineer para crear una aplicación que reúna y analice datos sobre la competencia, proporcionando información sobre las tendencias del sector y los cambios del mercado.

Agentes virtuales	Programación de aplicaciones con IA
Realizan tareas específicas y repetibles	Crea aplicaciones personalizadas multifuncionales
Orientados a tareas (p. ej., generación de leads)	Gestiona procesos complejos (p. ej., análisis de datos, recomendaciones de contenido)
Ámbito de trabajo limitado y enfoque específico	Ámbito de trabajo flexible para crear soluciones avanzadas y a medida
Ejemplo: Categorización de las publicaciones en redes sociales	Ejemplo: Creación de un panel como índice de marketing

Utilizar las aplicaciones para resolver problemas complejos de marketing

Las herramientas de programación con IA como GPT Engineer facilitan a los equipos de marketing seguir sus ideas y crear aplicaciones que resuelvan problemas únicos relacionados con los datos. Kipp habla sobre un caso en el que se usó GPT Engineer para crear una aplicación personalizada que hace un seguimiento de los datos de marketing de todas las empresas, analizando métricas como el tráfico web y el gasto en publicidad. Esta aplicación brinda información sobre las estrategias de los líderes del sector, lo que permite identificar tendencias emergentes y oportunidades de innovación.

Lo revolucionario de la programación con IA es que permite crear estas herramientas en el momento en que se necesitan, a menudo en

cuestión de minutos. Mediante instrucciones en lenguaje natural, GPT Engineer traduce la visión de un marketer en código funcional, favoreciendo el desarrollo de herramientas que antes requerían conocimientos de programación. Herramientas como GPT Engineer permiten a las y los profesionales del marketing experimentar, iterar y hacer realidad sus ideas sin limitaciones técnicas.



Cuándo programar aplicaciones personalizadas mediante IA

Usar la IA en la programación es muy útil cuando los equipos de marketing necesitan soluciones personalizadas que hagan más que las tareas rutinarias. He aquí algunos escenarios en los que programar con IA puede ofrecer ventajas significativas:

Análisis de la competencia y seguimiento del mercado

Es posible crear una aplicación que rastree a la competencia del sector, recopilando y analizando datos sobre métricas como el tráfico web, el gasto en publicidad y el aumento de los enlaces externos. Esta información permite a los equipos de marketing observar a los líderes del mercado y adaptar sus estrategias en consecuencia.

Segmentación de clientes y personalización

Una aplicación personalizada para la segmentación puede analizar los patrones de comportamiento de los clientes, su grado de interacción o su historial de compras, creando segmentos de audiencia a medida. Estos datos facilitan el diseño de campañas personalizadas destinadas a aumentar las interacciones y crear conexiones más sólidas con los clientes.

Análisis de rendimiento en tiempo real

Los equipos de marketing pueden utilizar la programación con IA para crear una aplicación que reúna los datos de rendimiento de múltiples fuentes, como los análisis de los sitios web, las métricas de redes sociales y las interacciones por email. Este completo panel de control proporcionaría un panorama completo de la eficacia de las campañas y ayudaría a hacer ajustes sobre la marcha con base en los datos.

Comenzar con el desarrollo de aplicaciones de IA: Herramientas recomendadas

En el caso de las y los profesionales del marketing que no sepan de programación, hay varias plataformas fáciles de usar que simplifican el proceso de creación de aplicaciones personalizadas:

- **GPT Engineer** permite a los usuarios describir sus ideas de aplicaciones en lenguaje natural para luego generar un bloque de código funcional para aplicaciones web e integraciones de datos. Esta herramienta es ideal para crear prototipos y probar nuevas ideas rápidamente, por lo que es un excelente punto de partida para usuarios sin conocimientos técnicos.
- **Replit** es una plataforma de desarrollo colaborativa para principiantes que ofrece plantillas y un entorno guiado para crear e implementar aplicaciones. Es muy adecuada para los usuarios que quieren experimentar con casos de programación más prácticos en un espacio fácil de usar.
- **Zapier** no es una herramienta de programación tradicional, pero permite a los usuarios conectar múltiples aplicaciones para automatizar flujos de trabajo y transferencias de datos. Posibilita un nivel básico de personalización mediante la integración de las herramientas de IA con las plataformas de marketing existentes.

Con estas herramientas, las y los marketers pueden empezar a crear aplicaciones personalizadas que aborden necesidades específicas y resuelvan problemas complejos sin tener que aprender programación de manera tradicional. Al incorporar la programación con IA a su conjunto de herramientas, pueden crear soluciones a medida que favorezcan la innovación, agilicen las operaciones y amplíen sus capacidades estratégicas.

Conclusión

Temas clave sobre cómo aprovechar la IA para optimizar el marketing

A lo largo de esta guía, hemos visto cómo integrar la IA en tu estrategia de marketing puede transformar la forma en que tu equipo trabaja, interactúa con los clientes y promueve el crecimiento.

Estos son los temas principales que debes recordar:

Agiliza las operaciones con los agentes y las aplicaciones de IA

Los agentes virtuales y las aplicaciones personalizadas con tecnología de IA pueden encargarse de las tareas rutinarias que consumen mucho tiempo (desde la generación de leads hasta la categorización de contenidos), lo que permite a tu equipo trabajar con más eficacia. Automatizar estos procesos con IA permite a tu equipo centrarse en la estrategia y la innovación.

Personalización e interacciones a gran escala

La IA permite adaptar el contenido y las interacciones a una escala difícil de conseguir manualmente. Ya sea a través de las recomendaciones de contenido personalizadas, la segmentación de la audiencia o las comunicaciones específicas, la IA facilita la creación de relaciones significativas con los clientes.

Mejora la creatividad y la estrategia

Con la IA encargándose de las tareas operativas, tu equipo puede priorizar la estrategia global de la empresa y el trabajo creativo. Esta combinación entre la eficacia de la IA y las capacidades humanas permite extender los límites, probar nuevas ideas y crear campañas impactantes.

Obtén información más rápidamente con herramientas que usan los datos

Las aplicaciones de IA especializadas creadas en plataformas de programación accesibles permiten a los usuarios analizar grandes conjuntos de datos, descubrir tendencias y tomar decisiones fundamentadas, todo en tiempo real. Estos conocimientos tienen un valor incalculable porque facilitan la rápida adaptación a los cambios del mercado para seguir siendo competitivos.

A medida que evoluciona la tecnología de la IA, también aumentan las posibilidades que ofrece a las y los profesionales del marketing. No dejes de explorar, experimentar y perfeccionar el uso de las herramientas de IA. Cada vez que mejoras un prompt, creas una plantilla o implementas una aplicación estás explotando todo el potencial de la IA. HubSpot está aquí para apoyarte, para que puedas dar forma al futuro del marketing con confianza.

Prueba gratis la solución de inteligencia artificial de HubSpot, Breeze



Anexo

Herramientas y recursos prácticos de IA

Para ayudarte a seguir conociendo la IA, HubSpot ofrece varios recursos, herramientas y plantillas diseñadas para apoyar el desarrollo de las estrategias de esta guía. Aquí tienes una selección para empezar:

Recursos de acceso rápido

Bibliotecas de prompts de IA

Consulta la [biblioteca de prompts de IA](#) de HubSpot, que ofrece prompts de excelente calidad para ayudarte a crear prompts eficaces, depurar los resultados y garantizar la pertinencia del contenido generado por IA en tus proyectos.

Plantillas y herramientas

Aprovecha los flujos de trabajo estructurados para integrar la IA en las actividades diarias de marketing con estas plantillas y guías:

- [El poder de la conexión: Una guía para enriquecer los contactos de tu CRM con IA](#)

Descubre qué es el enriquecimiento de datos, cómo aprovechar la IA para optimizarlo y casos de uso prácticos que te ayudarán a transformar tus contactos en oportunidades de venta altamente personalizadas.

- [Cómo elegir y utilizar tus KPIs de marketing con el framework SUMAS ¡Y con ayuda de la IA!](#)

Descubre cómo elegir los KPIs adecuados, visualizar datos en dashboards efectivos y usar IA para obtener insights que optimicen el ROI de tus acciones de marketing.

- [Curso gratis por email: Domina el marketing con IA](#)

Con nuestro curso de 5 días, aprende los fundamentos del marketing con IA, cómo utilizarla para el análisis de datos, personalización, creación de contenido automatizada y medición del éxito para optimizar tus resultados.

- [Prueba gratis Breeze, la IA de HubSpot](#)

Breeze proporciona a los equipos orientados al cliente todas las herramientas de IA necesarias para aumentar la productividad, impulsar el crecimiento y tomar decisiones basadas en datos.

Con estos recursos, podrás explorar el potencial de la IA en toda su extensión, mejorar tu metodología y seguir innovando. HubSpot te permite convertir la IA en un factor de gran influencia en tu estrategia de marketing.