[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en México el 07/09/2023

# [VTEX lanza Personal Shopper y Sales App en Latam junto con sus desarrollos de IA](http://www.notasdeprensa.es)

## Los lanzamientos, además de los avances de Pick and Pack y Live Shopping, son presentados en el VTEX CONNECT LATAM, palco de más de 60 presentaciones en comercio electrónico y un espacio para intercambiar mejores prácticas

VTEX, la plataforma global de comercio digital para grandes empresas, realiza su CONNECT LATAM, el evento más destacado de la industria en Hispanoamérica, reuniendo en su segunda edición a más de 12 mil participantes que se capacitan a través de una agenda liderada por más de 60 expertos en comercio electrónico de todo el mundo y paneles con casos de éxito de clientes de VTEX como Arcor, Dior, Levi and #39;s, Reebok y Samsung. El evento es también el escenario de lanzamientos y novedades que VTEX presenta para eficientar el comercio unificado en Latinoamérica: Personal Shopper, Sales App, Pick and Pack y Live Shopping. La transformación digital de América Latina avanza a un ritmo rápido, ya que hoy la región es el hogar de aproximadamente 300 millones de compradores digitales, una cifra que Statista prevé que crezca más del 20% de cara a 2025. En ese contexto, México tiene gran protagonismo, pues tiene la mayor participación del comercio electrónico B2C en el total de sus ventas al por menor de toda América Latina.  "Antes de empezar a hablar de Inteligencia Artificial (IA), las marcas y los minoristas necesitan asegurarse que los conceptos fundamentales de sus operaciones funcionan eficientemente. Es importante afrontar hechos brutales, como muchas empresas aún utilizan plataformas legadas y carecen de integración de datos, gastan mucho de su valor de ventas netas sólo para mantenerlas. Otro elemento fundamental para lograr éxito en el digital commerce es ofrecer una experiencia de compra fluida. Esto incluye los tiempos de entrega y también estar conectado con los clientes de todos los canales para permitir recompras y la verdadera fidelización", comenta Santiago Naranjo, Chief Revenue Officer (CRO) de VTEX. En este contexto y durante el VTEX CONNECT LATAM, la plataforma presenta sus lanzamientos Sales App y Personal Shopper. Además se comunicarán las mejoras disponibles para Pick and Pack y Live Shopping, ideadas para ayudar a grandes marcas y retailers a modernizar su stack tecnológico e impulsar sus resultados operativos. Los nuevos productos prometen desbloquear oportunidades de crecimiento no solo para los clientes, sino también para los partners del sólido ecosistema de VTEX.  VTEX es líder en comercio digital a nivel mundial, con alrededor de USD $14 mil millones de transacciones anuales en su plataforma por parte de clientes B2C. Su equipo de especialistas en comercio tiene mucho contexto, experiencia y datos en el comercio minorista. "La inteligencia humana y artificial sólo son viables con un conjunto de datos sólido. Al ser la columna vertebral que conecta el inventario, los pedidos, los datos de compras y de los clientes, podemos desbloquear la IA más allá de los asistentes de chat. Estamos construyendo and #39;Commerce on copilot and #39;: integrando machine learning y los servicios generativos en las operaciones y rutinas diarias de nuestros clientes. Es por eso que estamos abriendo este programa beta, con el fin de construir estrechamente junto a nuestros clientes un futuro donde la IA sea transparente y, naturalmente, parte de la rutina diaria de los equipos de Marketing, desarrollo y operaciones. Éste es solo el comienzo", explica Naranjo.El el marco del CONNECT, VTEX presenta sus desarrollos (en beta) de funciones adicionales para agregar aprendizaje automático y modelos generativos a sus módulos de Live Shopping, Pick and Pack y Search, visando 1) impulsar experiencias de compra personalizadas para generar más demanda; 2) automatizar procesos de servicio al cliente para convertir la demanda en compras y 3) aumentar la eficiencia operativa.1) AI en Live Shopping: utiliza algoritmos de detección automática de imágenes para identificar los productos presentados en un evento de transmisión en vivo y ofrecerlos a los visitantes para que los agreguen a su carrito. Con eso, el foco puede estar en la creación de contenido y dejar que el sistema se encargue de promocionar los productos. Ahora un evento de Live Shopping puede ser realidad sin necesidad de un equipo detrás de cámaras. 2) Intelligent Search: se realizó una integración de IA en el producto de búsqueda para adaptar los resultados a clientes individuales en función de su comportamiento. La IA analiza las interacciones de los clientes, el historial de búsqueda y las preferencias para ofrecer resultados muy relevantes. Esta personalización mejora la experiencia del usuario e influye significativamente en las decisiones de compra. Al comprender y adaptarse al comportamiento del cliente, la IA garantiza que los usuarios encuentren rápidamente lo que buscan, lo que genera una mayor satisfacción y tasas de conversión. 3) AI en Pick and Pack: las entregas desde las tiendas son el mejor camino para cumplir con los pedidos de forma más rápida y más barata. Por eso se incorporó; IA en el producto Pick and Pack para hacer que el proceso de cumplimiento sea aún más confiable y eficiente. La IA aporta una ventaja dinámica al proceso, adaptándose a las fluctuaciones en demanda y permite la precisión en la asignación de recursos. También mejora la confiabilidad y la eficiencia a lo largo del día, adaptándose sin problemas a los diferentes picos de pedidos.  Los lanzamientos para LatinoaméricaVTEX Sales App es la nueva solución omnichannel para acelerar la conexión entre las ventas digitales y las tiendas físicas. La herramienta permite que el vendedor de la tienda acceda a todo el potencial de las operaciones tradicionales y del ecommerce de ese retailer: stock de todas las tiendas físicas, los centros de distribución, los sellers y proveedores que son partners, datos de compras anteriores de los clientes (tanto de canales digitales como tradicionales) y a datos de los carritos abandonados. Con la aplicación, el vendedor puede ofrecer un mejor servicio al cliente. Esta solución también ofrece un tablero completo desde el cual se puede gestionar el desempeño de los vendedores en tiempo real.  "Nuestra respuesta al cliente es siempre and #39;sí and #39;. Es and #39;sí, lo tenemos ahora’ o and #39;sí, lo traemos a pedido and #39;, pero es siempre and #39;sí and #39;. El VTEX Sales App es realmente fundamental para garantizar la mejor experiencia y satisfacción de nuestros clientes, incluso si un producto se agotó", comenta Robin Drogat, Omnichannel Experience leader de Decathlon, uno de los mayores retailers de artículos deportivos del mundo.Por su vez, el VTEX Personal Shopper es una herramienta que permite que los retailers aumenten las ventas y el ticket promedio de sus tiendas digitales. La nueva aplicación de VTEX permite que las empresas ofrezcan una atención individual y exclusiva al cliente a través de videos en vivo. Cuando el cliente solicita el contacto, el vendedor especializado se comunica por video a través de VTEX Admin. Allí también, puede seleccionar y enviar productos al consumidor, quien, a su vez, puede añadirlos al carrito sin salir de la comunicación.Para conocer más sobre estos lanzamientos y los beneficios de la plataforma VTEX en detalles, se puede visitar: bit.ly/VTEXCONNECTlaunches23.

**Datos de contacto:**

Rocio Pradines

Raku

+54 9 11 4041 7960

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/vtex-lanza-personal-shopper-y-sales-app-en](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Telecomunicaciones Inteligencia Artificial y Robótica E-Commerce Software Ciberseguridad

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)