

## 6 Herramientas con efecto "wow" que llegan a la industria marketera para quedarse

Publicado en: [Comunicación](#), [Digital](#), [Marketing](#), [Publicidad](#), [Tecnología](#)

Los esperados Sneaks de Adobe Summit, evento que se celebró este 3 y 4 de mayo en Londres, han desvelado 6 proyectos que marcarán el rumbo del marketing este año.

Intensa, llena de novedades y con mucho humor. Así se podría definir la segunda jornada del evento [Adobe Summit](#) que, este 3 y 4 de mayo celebró en Londres su quinta edición. La sesión de apertura ha contado con la participación de caras conocidas en el mundo de la moda y el deporte como Anthony Joshua y Victoria Beckham.

Además, la nota de humor ha corrido a cargo del cómico Rob Brydon que ha actuado como maestro de ceremonias durante la presentación de algunas de las novedades que Adobe ha mostrado a través de sus aclamados Sneaks en los que ha ofrecido una buena dosis de inspiración y algunas risas.

Proyectos de **realidad virtual, gestión de datos, inteligencia artificial y content marketing** han ocupado esta interesante ronda de presentaciones que, no solo supone una oportunidad para conocer el trabajo que realiza Adobe, sino que marca el camino hacia el que se dirige la industria en los próximos años.

¿Quiere conocer las herramientas que no podrán faltar en las rutinas de los marketers? No pierda ojo a estos **6 prometedores Sneaks**:

### 1. Experience Analytics

Se trata de una herramienta que llega para solventar uno de los mayores obstáculos a los que se enfrentan los marketers de la industria retail: la división del mundo digital y el físico.

En un momento en el que los consumidores no entienden de canales, sino de experiencias, las marcas tampoco deberían seguir limitados por la incapacidad para combinar de manera efectiva los datos online y offline de los hábitos de compra y comportamientos de sus consumidores.

Esto es lo que pretende atajar esta herramienta que permite conocer cómo las experiencias online influyen en las compras offline.

### 2. See and shop

Más enfocada en el contenido, esta herramienta se orienta a convertir el content marketing en dinero. Se trata de un servicio basado en metadatos que hace que cada imagen sea "shoppable"

y permite a las marcas conectar con los compradores en el momento, facilitando la compra online, en cualquier lugar.

Una combinación de contenido e inteligencia artificial que, facilita el trabajo, mejora la eficiencia y, sobre todo, aumenta la conversión.

### **3. MPSneak**

Las capacidades de Sensei, la inteligencia artificial de Adobe, se ponen de manifiesto plenamente en este proyecto que, trabaja con Adobe Marketing Cloud para sugerir campañas y canales para optimizar el engagement en cuestión de segundos.

De esta manera, la inteligencia artificial es la que planifica la campaña, simplificando el trabajo, aumentando la rapidez y aumentando la eficiencia.

### **4. Launch**

La gestión del etiquetado se eleva a un nuevo nivel de la mano de este sistema que combina inteligencia artificial y procesamiento de lenguaje natural para inspeccionar cada elemento de contenido de una web y autoetiquetarla en minutos.

### **5. VideoAdAI**

El futuro del contenido creativo está a punto de cambiar con la llegada de este editor de vídeo que analiza y predice el impacto que tendrá, optimizándolo, editándolo y recortándolo para obtener una mejor performance y, todo ello, sin intervención humana.

La inteligencia artificial Sensei es la encargada de, automáticamente, optimizar las creatividades a través de todos los canales y no solo en vídeo, sino también en audio. Contenido correcto, en el formato y canales correctos y en tiempo récord.

### **6. VRSneak**

Una vez más la inteligencia artificial vuelve a ser la protagonista en este servicio que combina el machine learning con la voz para crear un mundo virtual en el que los marketers puedan visualizar el flujo de datos que se desprende de su trabajo, proporcionando insights.

Además, en este entorno, la colaboración está muy presente pues permite a los trabajadores manipular los modelos de datos en este mundo virtual y compartir los resultados.

Fuente: <https://www.marketingdirecto.com/>