

Una encuesta revela que los marketers confían en las martech, aunque la mayoría no emplean todo su potencial

Investigación de SALESmanago revela que casi todos los marketers (99%) afirman que hay capacidades en las herramientas que poseen a su alcance que no utilizan.

MADRID, SPAIN, September 23, 2025 /EINPresswire.com/ -- Una nueva investigación de [SALESmanago](https://www.salesmanago.com/) ha revelado una brecha significativa entre la confianza en el rendimiento de las martech y el uso de las capacidades disponibles. Aunque los marketers de comercio electrónico son optimistas respecto a alcanzar sus objetivos, casi todos (99%) reportan dejar funciones clave de sus plataformas tecnológicas sin utilizar.

El estudio, basado en las opiniones de más de 150 líderes de marketing de comercio electrónico en Reino Unido, Alemania, España y Polonia, destaca un claro desajuste entre uso y confianza. La mayoría de los marketers (62%) admite utilizar solo entre la mitad y tres cuartas partes de las funciones de sus plataformas, aunque el 92% aún cree que la tecnología a su alcance puede ofrecer resultados. Sin embargo, la falta de habilidades sigue siendo una barrera: el 17% reconoce que sus equipos no tienen la experiencia necesaria para aprovechar estas herramientas al completo.

Al medir el retorno sobre la inversión (ROI), casi todos los marketers (96%) monitorean el rendimiento de sus herramientas, pero el 40% dice que es difícil de medir y el 18% no ve un retorno claro de sus inversiones en martech. Las limitaciones de tiempo y capacidad también representan un desafío: casi la mitad (47%) dice no tener suficiente tiempo durante el día para completar sus tareas y apenas logra mantenerse al corriente.

Sorprendentemente, la adopción de inteligencia artificial (IA) dentro de las martech sigue siendo limitada. Solo el 13% de los marketers reporta que la IA les está ayudando actualmente con sus funciones, aunque la mitad de los encuestados planea adoptar más funcionalidades de IA en 2025 y 2026. Al hablar sobre recursos, el 60% afirmó que una mayor inversión en IA ayudaría a sus equipos, el 53% mencionó la necesidad de más inversión general en martech y el 38% señaló la necesidad de más personal.

Brian Plackis Cheng, CEO de SALESmanago, comentó: "Aprovechar todo el potencial de las martech requiere una adopción más inteligente, mejor capacitación e inversión en soluciones impulsadas por IA que puedan ofrecer experiencias personalizadas al cliente en un entorno que

cambia rápidamente. Con demasiada frecuencia, las organizaciones dejan funciones muy poderosas sin usar debido a la falta de experiencia o recursos. Asociarse con la agencia de marketing adecuada también puede ser crucial para superar estas brechas. Los marketers que entienden y optimizan su tecnología—cerrando la brecha de adopción—obtendrán una clara ventaja competitiva en un mercado cada vez más exigente."

- FIN -

Sobre SALESmanago

SALESmanago es una empresa europea de software como servicio (SaaS) que ofrece una potente y completa Plataforma de Engagement con el Cliente, diseñada específicamente para equipos de marketing eCommerce impulsados digitalmente. Con la confianza de 2.000 empresas medianas en toda Europa —incluyendo Victoria's Secret, iSpot, Orbico, Vobis, Porta, Savicki, Pitbull, Würth, Vox, 4F—, SALESmanago ayuda a las marcas a adquirir, convertir y fidelizar clientes mediante una personalización profunda basada en IA y recorridos de cliente perfectamente orquestados.

Tras la adquisición de Leadoo, SALESmanago ha reforzado su plataforma con capacidades de personalización y marketing conversacional, mejorando aún más la forma en que las marcas B2C y B2B interactúan con su audiencia y la convierten. En el centro de todo esto se encuentra el exclusivo SALESmanago Growth Framework, que permite a los profesionales del marketing eCommerce impulsar el crecimiento de ingresos de forma más eficiente e inteligente.

Más información en salesmanago.com

Roseanna Lane
CommsCo
+44 7770 239888
rlane@thecommsco.com

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/851320662>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2025 Newsmatics Inc. All Right Reserved.