Una cuarta parte de los marketers está perdiendo oportunidades durante el Black Friday

SALESmanago revela que el 27% de los marketers tiene problemas para personalizar en Black Friday, aunque el 99% lo considera clave para el éxito.

MADRID, SPAIN, November 20, 2025 /EINPresswire.com/ -- Una nueva investigación de SALESmanago, Plataforma de engagement impulsada por IA para todo el ciclo de vida del cliente, ha revelado que, aunque casi todos los marketers (99%) reconocen la importancia de la personalización para el éxito del eCommerce, muchos aún no logran aplicarla de manera efectiva durante el periodo más competitivo del sector: el Black Friday.

Los resultados ponen de manifiesto una clara brecha entre la teoría y la práctica. El estudio, basado en las opiniones de más de 150 líderes de marketing de eCommerce de Reino Unido, Alemania, España y Polonia, muestra que más de una cuarta parte (27%) de los marketers admite tener dificultades para personalizar las ofertas durante el Black Friday, mientras que el 25% no logra convertir a los nuevos clientes en compradores recurrentes, y el 24% reconoce que actúa demasiado lentamente ante los datos en tiempo real.

A pesar de estos retos, los marketers siguen viendo el valor de la personalización a lo largo de todo el recorrido del cliente. Más de la mitad (51%) afirma que mejora la retención de clientes, el 46% observa mayores tasas de interacción y el 41% señala un aumento de los ingresos como resultado directo de las iniciativas de personalización.

Sin embargo, la ejecución sigue siendo un gran obstáculo. Casi la mitad (47%) de los marketers declara tener poco tiempo o estar “apenas pudiendo” con su carga de trabajo actual, lo que sugiere que la velocidad, la automatización y la toma de decisiones en tiempo real son los principales impedimentos para el éxito durante los periodos de alta demanda.

“La personalización está convirtiéndose rápidamente en algo esencial para destacar entre el ruido en las bandejas de entrada saturadas de hoy en día”, dijo Phil Draper, CEO de SALESmanago. “Los datos muestran una oportunidad clara. Con la tecnología adecuada de personalización, los marketers pueden cerrar la brecha entre la estrategia y la ejecución, transformando compradores puntuales en clientes de por vida. En última instancia, esto desbloquea una mayor fidelidad y más ingresos.”

De cara al futuro, las perspectivas son optimistas. Más de un tercio (37%) de los marketers planea implementar nuevas tácticas de personalización en 2026, siendo el mapeo del customer journey (43%) y las herramientas avanzadas de visualización (45%) las principales prioridades de inversión para el próximo año.

- FIN -

Acerca de SALESmanago

SALESmanago es una empresa europea SaaS que ofrece una completa Lifecycle Engagement Platform diseñada para equipos de digital marketers en eCommerce. Con la confianza de más de 3.600 empresas medianas en todo el mundo—entre ellas Victoria's Secret, iSpot, Orbico, Vobis, Porta, Savicki, Pitbull, Würth, Vox y 4F— SALESmanago ayuda a las marcas a adquirir, convertir, involucrar y fidelizar clientes mediante una profunda personalización impulsada por IA y customer journeys orquestados.

Tras la adquisición de Leadoo y Thulium, SALESmanago ha reforzado su plataforma con funcionalidades de personalización, marketing conversacional y un centro de contacto omnichannel, mejorando aún más cómo las marcas B2C y B2B se relacionan y fidelizan a sus audiencias.

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/868590470

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.