

Nuevas Tecnologías

Cómo redefinir
tu estrategia
implementando
la Inteligencia
Artificial

Atención
al cliente

Índice



03 1. Inteligencia Artificial: qué es y cómo reformula el sistema de servicio al cliente

1.1 Ventajas de utilizar Inteligencia Artificial en la automatización del servicio de atención al cliente.

05 2. Herramientas para mejorar la experiencia del cliente

2.1. Chatbots

2.2. Asistencia a los agentes de servicio al cliente

2.3. Machine Learning

07 3. Claves para lograr la implementación de un canal de atención al cliente con Inteligencia Artificial

3.1. ¿Qué es lo que debemos automatizar?

3.2. Unificación y estructuración de los datos

3.3. Valoración de las distintas soluciones de Inteligencia Artificial

3.4. Entrenamiento de la IA

3.5. Evaluación de los resultados

09

4. Casos de éxito en el rediseño de la atención al cliente usando esta tecnología

4.1. SKYDROPX

4.2. Aeroméxico

4.3. The North Face

10 5. Conclusiones

1. Inteligencia artificial: qué es y cómo reformula el sistema de servicio al cliente

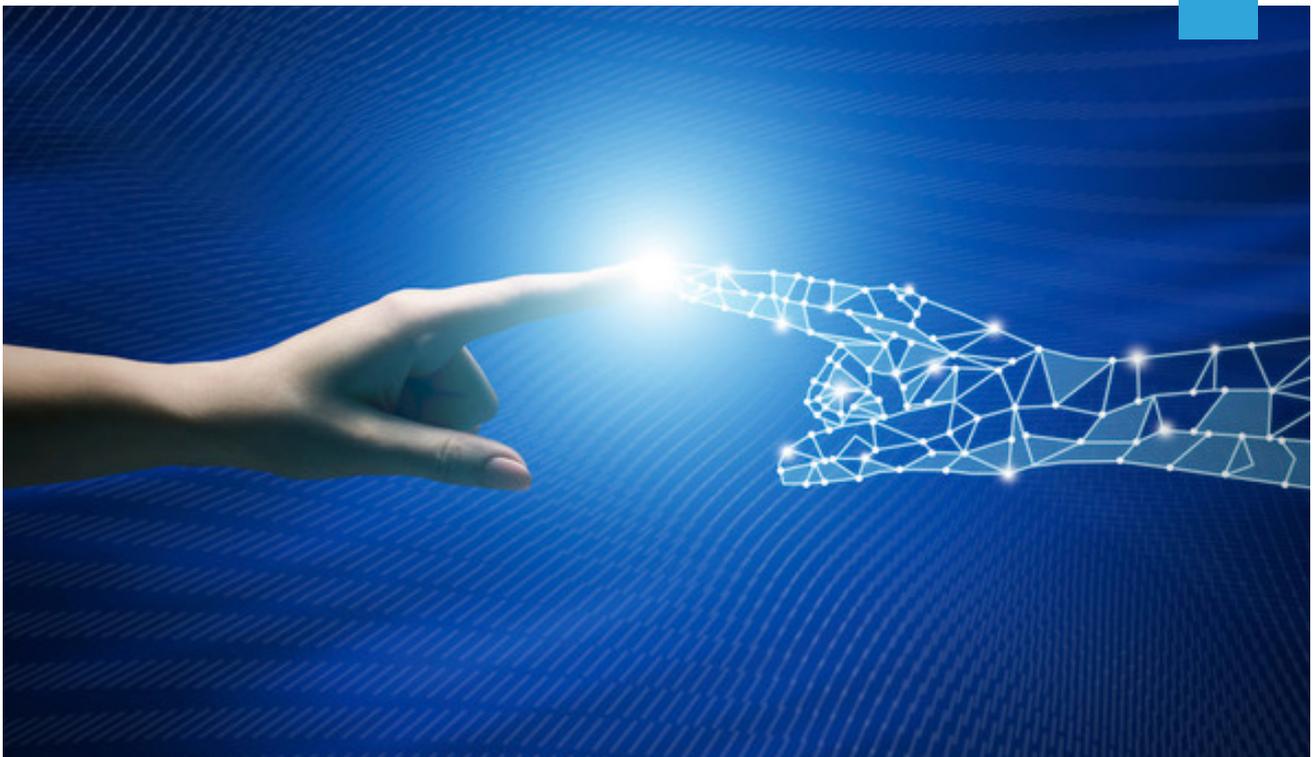
La inteligencia artificial es la habilidad de una máquina para desarrollar capacidades propias de los humanos. Es decir, dotar a una máquina de la capacidad de aprender, razonar, planear y crear.



Esto se logra gracias al proceso que sigue la IA para recabar información. Este empieza con la **ejecución** de una tarea, que después va seguido por un

entrenamiento en donde puede haber margen de error y corrección. Cuando este entrenamiento haya finalizado, la IA es capaz de realizar estas tareas de manera independiente sin recibir directrices.

El objetivo final de la Inteligencia Artificial es imitar el comportamiento humano y razonar como lo haría una persona, con las ventajas añadidas que supone la automatización de procesos.



1.1 Ventajas de utilizar Inteligencia Artificial en la automatización del servicio de atención al cliente

Esta revolución tecnológica plantea un nuevo escenario donde procesos que anteriormente consumían gran parte de nuestro tiempo,

proceden a automatizarse y nos permite potenciar otras áreas de nuestro negocio.

Confiar en una IA para atender a nuestros clientes supondrá una importante reducción de tiempo de nuestro personal. Esto se traduce en un aumento de la productividad, no solo en este ámbito de nuestra empresa, sino que también nos permitirá crecer en otros aspectos.

Además, la capacidad instantánea de respuesta de las IA es clave para fidelizar al cliente. Más del 60% de los consumidores consideran esto un aspecto vital a la hora de relacionarse con las empresas.

Yendo un paso más allá de la respuesta inmediata, las IA habilitan la disponibilidad 24/7, la cual es prácticamente imposible si dependemos de nuestro capital humano únicamente. E incluso, si así se precisara, los software desarrollados con IA cuentan con la opción de detectar cuando el curso de la conversación requiere de la intervención humana.

En definitiva, son numerosas las ventajas que se presentan al reformular nuestro servicio al cliente adaptándonos a las nuevas oportunidades que esta tecnología nos posibilita.



2. Herramientas para mejorar la experiencia del cliente



El servicio de atención a clientes es una pieza fundamental para fidelizar y crear relaciones duraderas con ellos. La expansión de las redes sociales en el ámbito empresarial ha transformado las expectativas de los clientes sobre las empresas y ahora demandan una atención personalizada y casi instantánea.

Muchos de los clientes actuales y potenciales solo necesitarían una mala experiencia para abandonar la marca, lo que deja un margen de error realmente reducido. La implantación de una IA reduce el riesgo de error humano y garantiza al máximo posible la satisfacción del cliente.

Aunque esto abre un abanico de posibilidades jamás antes visto, es importante decidir correctamente qué herramientas vamos a implementar y cómo hacer uso de ellas.

2.1 Chatbots

Se trata de uno de los usos más comunes de la Inteligencia Artificial aplicado al servicio al cliente. La complejidad de su capacidad es decisión de la propia empresa, pero estos Chatbots suelen ser utilizados para responder a preguntas





rutinarias como fechas de entrega, estado del pedido, etc.

Estos canales de comunicación están abiertos las 24 horas, lo que supone para el cliente una respuesta rápida y sencilla sobre consejos, recomendaciones y consultas.

Esto libera a nuestros empleados de una importante carga de trabajo, dándoles más tiempo para dedicarse a otras tareas con más valor que no pueden ser ejecutadas por una máquina.

2.2 Asistencia a los agentes de servicio al cliente

Si automatizar por completo el canal de comunicación no es una posibilidad debido a la complejidad de las cuestiones, utilizar la Inteligencia Artificial como un asistente para nuestros empleados sería todo un acierto.

Esta tecnología puede interpretar automáticamente lo que demanda el cliente, buscar artículos o información que sean pertinentes a la cuestión y mostrarlos en la pantalla del operador de servicio al cliente mientras este atiende la conversación.

Una excelente manera de aplicar las ventajas de la IA: nuestro empleado puede ahorrar tiempo, lo que para la empresa se traduce en una reducción de los costes.

2.3 Machine Learning

Esta aplicación de Inteligencia Artificial se basa en el aprendizaje de los patrones de los datos que entran en la empresa, que podrá ser utilizado para entender comportamientos futuros y evitar incidencias.

Este mayor entendimiento de los clientes y su forma de interactuar con la empresa, permite saber qué servicios o productos funcionan mejor para cada prototipo de consumidor, haciendo su experiencia mucho más satisfactoria e incrementando su engagement con la marca.

3. Claves para lograr la implementación de un canal de atención al cliente con Inteligencia Artificial

Recabar datos de las experiencias de nuestros clientes puede convertirse en una tarea complicada para nuestro capital humano. Los comportamientos de los consumidores pueden ser desorganizados e imprecisos, por lo que la precisión que ofrecen las nuevas tecnologías y las IA pueden aportar soluciones de alto valor para el negocio.

Ofrecer una experiencia coherente entre los sistemas automatizados y los agentes de atención al cliente es imprescindible para elaborar una estrategia de servicio al cliente exitosa y esto requiere de estos pasos determinantes.

3.1 ¿Qué es lo que debemos automatizar?

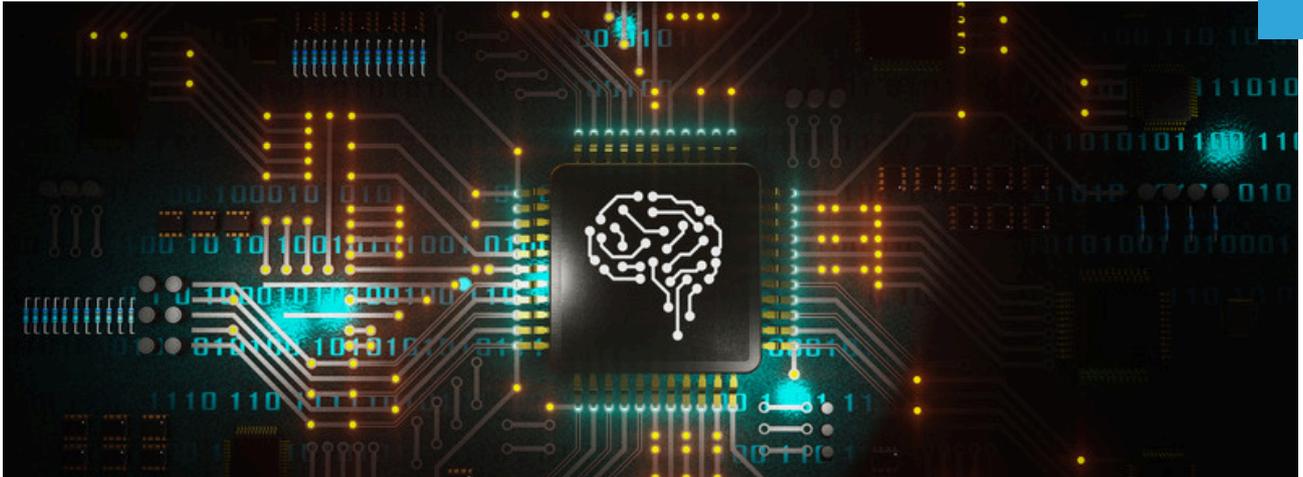
Los clientes son el centro de nuestro negocio y es imprescindible pensar cuáles de sus carencias podemos cubrir gracias a la Inteligencia Artificial. Es necesario analizar sus necesidades para saber cómo nuestro público se puede beneficiar de esta tecnología.

Después de este análisis de negocio, es importante concretar qué se busca crear

en la empresa gracias a la Inteligencia Artificial. Cuando esto esté bien definido se procederá a escoger la solución tecnológica más adecuada.

3.2 Unificación y estructuración de los datos:

Cualquier herramienta de IA que implantemos se nutrirá de los datos que dispongamos, así que cuantos más datos tengamos, con más precisión podrá actuar.



Las nuevas tecnologías nos asisten en la búsqueda de información, su estructuración y unificación. Gracias a las numerosas aplicaciones de tratamiento de datos podemos olvidarnos de las tediosas tareas de reunir grandes cantidades de información.

3.3

Valoración de las distintas soluciones de Inteligencia Artificial

Una vez que ya estén identificadas las necesidades a cubrir y de la cantidad de datos que disponemos, es hora de focalizar los esfuerzos en encontrar las soluciones

tecnológicas que respondan adecuadamente.

En esta etapa del proceso es conveniente derivar a la ayuda de un experto para contar con su asesoramiento si el nivel de conocimiento sobre Inteligencia Artificial no es el suficiente.

Cuando ya esté elegida la aplicación de Inteligencia Artificial, se recomienda realizar una valoración de los resultados que se desean obtener y la ecuación de coste, tiempo e impacto asociada.

3.4

Entrenamiento de la IA

Para poder obtener resultados satisfactorios es necesario entrenar la solución de Inteligencia

Artificial escogida. En esta etapa de aprendizaje las respuestas recibidas serán cada vez más fiables y afinadas.

Como ya hemos comentado anteriormente, las IA se basan en el aprendizaje de una tarea para después poder actuar con independencia. A medida que aumente esta etapa de aprendizaje, más precisos podrán ser los resultados.

3.5

Evaluación de resultados

Una vez haya pasado el tiempo suficiente después de su implementación, es recomendable evaluar el impacto que esta solución tecnológica ha tenido en la empresa para comprobar su rentabilidad.

4. Casos de éxito en el rediseño de la atención al cliente usando esta tecnología




4.1 SKYDROPX

Se trata de una startup mexicana especializada en envíos que decidió adentrarse en el mundo de la atención personalizada a través de la plataforma Zendesk. Inició este proceso con Zendesk Support y al evaluar sus resultados fue implementando otras tecnologías como Guide, Chat y Whatsapp.

Gracias a estas soluciones ha logrado un ahorro del 80% en tiempos de respuesta, lo que ha supuesto un incremento en su indicador de satisfacción del cliente: pasando de un 70% a un 95%.

Este primer proyecto se creó en 2013 y a día de hoy se ha consolidado como empresa líder en el sector de envíos en México.

4.2 Aeroméxico

Aeroméxico implementó la aplicación Aerobot, el cual es el primer caso de inteligencia artificial en Chatbots utilizado para el rastreo de equipaje.



Esta solución ha mejorado enormemente la experiencia de los pasajeros, habilitando que la aerolínea cotice, venda vuelos y gestione más del 90% de las consultas de sus clientes a través de Whatsapp y Facebook Messenger.

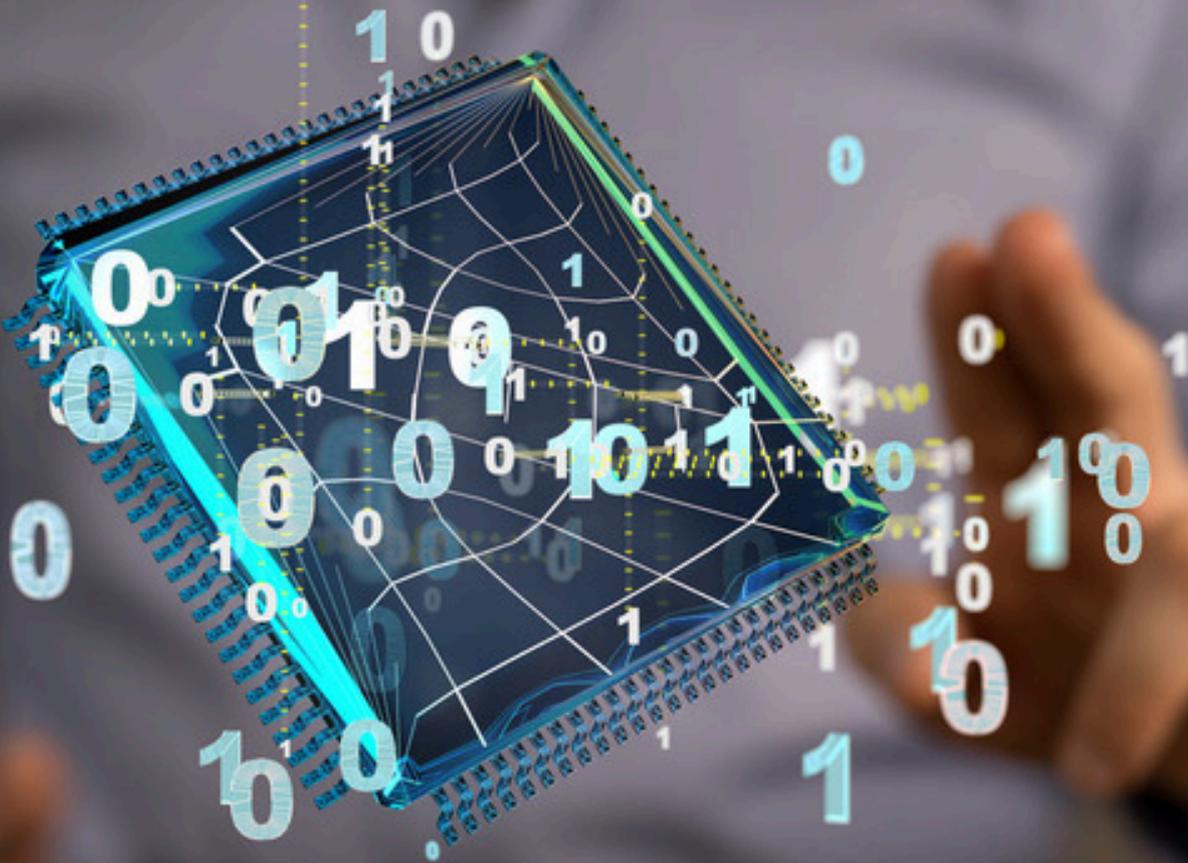
Además, otro valor añadido para sus clientes es la posibilidad de verificar el estado de su equipaje a tiempo real, aumentando su confianza y fidelidad con la aerolínea.

4.3 The North Face

La marca The North Face instaló en el ecommerce de uno de sus minoristas un sistema de Inteligencia Artificial que cumplía las funciones de un recomendador. Los clientes que navegaban por este site podían interactuar con este sistema para que les guiase hacia prendas de su interés.

Una función relativamente sencilla que consigue anticiparse a las necesidades del consumidor e incrementar las ventas.





5. Conclusiones

El objetivo final de implementar la tecnología de Inteligencia Artificial es aprovechar todas las ventajas que una máquina aporta a una empresa, realizando tar-

eas en segundos que serían prácticamente imposibles para los humanos.

Esto, llevado al ámbito de atención al cliente de una empresa, significa una mejor interacción entre consumidor y marca. Las experiencias que tienen los clientes con sus empresas son deter-

minantes a la hora de crear una relación con ellas.

Es necesario una buena estrategia de implementación para no perder esfuerzos en vano, pero una vez bien definida, esta podría reformular nuestro servicio con el cliente para siempre.

AI



 **Tecnología**
para los negocios

ticnegocios.es