

Atento desarrolla avatares de marca personalizados

- Atento, en colaboración con el Laboratorio de Inteligencia Colectiva de Brasil – LINC, analiza la personalidad de las marcas y desarrolla un avatar acorde a los valores de cada organización para interactuar con los consumidores en los canales digitales
- La idea es trazar la identidad de la marca a través de un perfil centrado en los valores, la cultura de la empresa y las necesidades de sus consumidores
- En base a un estudio previo, la compañía construye un avatar con características y tono de voz específicos para guiar el lenguaje que se transmitirá en las interacciones con los usuarios

Madrid, 9 de septiembre de 2020 - Atento, uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) y líder en Latinoamérica, en asociación con el Laboratorio de Inteligencia Colectiva de Brasil - LINC, que forma parte del programa de posgrado en Comunicación y Semiótica de la PUC-SP, ha desarrollado una metodología exclusiva para la creación de personajes de marca para empresas de diversos segmentos.

La idea es trazar la identidad de la marca a través de un perfil ficticio centrado en los valores, la cultura de la empresa y las necesidades de sus consumidores, lo que se denomina como 'Brand personas'. Esta mezcla de metodología y tecnología, permite la personificación de las empresas durante la comunicación e interacción con clientes, a través de interfaces como IVR, chatbot, WhatsApp, etc.

La metodología ha sido desarrollada y estructurada por el área de Interfaz de Usuario de Lenguaje (LUI) de Atento a partir de estudios sobre los rasgos y factores que determinan los principales tipos de personalidad de una marca. Además, utiliza herramientas y técnicas que ayudan a las empresas a desarrollar el personaje que mejor les representa.

"Hemos desarrollado un proceso capaz de crear una interfaz que lleva la identidad de la compañía a las interacciones con los consumidores. Es fundamental que ésta esté muy bien definida; al fin y al cabo, no solo representa a la organización, sino que también es el principal intermediario con los consumidores", explica Mauricio Castro, director de Innovación de Atento.

El primer paso en el proceso de esta nueva metodología consiste en una investigación cualitativa y un análisis del perfil de la empresa, donde se evalúa cómo la marca dialoga y se comporta en los diferentes canales, analizando sus guiones, el manual de estilo y otros materiales que determinan cómo cumple, se percibe, genera expectativas e interactúa con sus públicos. Más tarde, se lleva a cabo un cuestionario con la participación de personas de diferentes áreas y niveles jerárquicos de la empresa. Con la interpretación de los datos recogidos se concluye la personalidad de la marca, identificando los índices de Relación, Innovación, Humor, Comunicación y Compromiso de la empresa.

Finalmente, se construye un "avatar" con características y tono de voz específicos para guiar el lenguaje que se transmitirá en las interacciones con el consumidor. Las palabras no sólo se utilizan para transmitir un mensaje, facilitar una venta o informar sobre un producto, ayudan a formar la identidad y la personalidad de la marca.

"Creemos que, para acercarse a un consumidor a una compañía, él o ella necesita ver realmente con quien tratan y es más fácil cuando se convierte en una persona. Ajustar el tono de voz al tipo de personalidad de este personaje y mantener un patrón en todas las interfaces es uno de los retos a la hora de construir el lenguaje", señala Mauricio Castro.



Para la creación de la metodología, la empresa contó con la experiencia de profesores como Dr. Rogério da Costa, coordinador del área de Comunicación y Semiótica de la Pontificia Universidad Católica (PUC) y especialista en inteligencia colectiva, redes sociales, cibercultura, comunidades virtuales, biopolítica y capitalismo cognitivo.

Sobre Atento

Atento es uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) y líder en Latinoamérica. Atento es también un proveedor líder de servicios CRM/BPO nearshoring para compañías que desarrollan su actividad en Estados Unidos. Desde 1999, la sociedad ha desarrollado su modelo de negocio en 13 países y cuenta con presencia en España y una plantilla de 150.000 empleados. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que presta una amplia gama de servicios CRM/BPO a través de múltiples canales. Sus clientes son empresas multinacionales líderes en sectores como la tecnología, las nuevas empresas digitales, las telecomunicaciones, las finanzas, la asistencia sanitaria, el consumo y la administración pública, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (New York Stock Exchange). En 2019, Atento fue reconocida por Great Place to Work® como una de las 25 Mejores Multinacionales para Trabajar en el Mundo y como una de las 25 Mejores Multinacionales para trabajar en Latinoamérica. Para más información www.atento.com

Relación con medios Atento

press@atento.com

Para más información, por favor contacte con:

Weber Shandwick

Jorge Aguado – jaguado@webershandwick.com

+34 648 953 247