

¿Cómo puede ayudarte la Inteligencia Artificial en tu relación con el cliente?

Atento te invita a reflexionar sobre por qué invertir en IA ha ganado importancia para mejorar tu relación y experiencia con el consumidor.

Año tras año surgen nuevas tecnologías y con ellas nuevas demandas de los consumidores, que buscan cada vez más experiencias personalizadas. Comprender y predecir los comportamientos, las expectativas y las necesidades se ha convertido en un imperativo para obtener una mayor ventaja en cualquier tipo de mercado.

Para ello, una de las alternativas más eficientes es la inversión en herramientas de Analytics, Data Science e **Inteligencia Artificial** que, mediante algoritmos, facilitan el análisis de comportamientos y sentimientos, predicen necesidades, guían estrategias y enseñan a las máquinas en base a la experiencia para un servicio cada vez más humanizado.

Con la aceleración del mercado virtual, el potencial de la Inteligencia Artificial y su relación con el comportamiento del consumidor comenzaron a ganar cada vez más visibilidad. Su adopción puede traer varias oportunidades de negocio, permitiendo la simplificación de los procesos, y una mayor asertividad en las estrategias para mejorar la experiencia del cliente (con la creación de chatbots personalizados, por ejemplo) y la reducción de los costos operativos.

En Atento, creemos en su implantación de forma gradual y estructurada. Seguimos utilizando el modelo LANDING AI, denominado “Ciclo virtuoso de la IA”, que consiste básicamente en una forma de promover la construcción de mejores productos y servicios mediante el uso de datos y la aplicación de Data Science e IA.

En nuestro Innovation Hub, tenemos, además de expertos en Data Science, equipos de UX y LUI que juntos innovan constantemente en la búsqueda de nuevos productos y servicios, como, por ejemplo, en la creación de interfaces visuales y conversacionales, como URAs, Chatbots y Agentes Virtuales, que sean simples de usar, intuitivos y que ofrezcan la mejor experiencia para las personas. Así como en el desarrollo de proyectos de Machine Learning y Deep Learning, con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente (calidad) y, consecuentemente, los ingresos/facturación de las empresas.

Cómo empleamos estas tecnologías:



En la gestión de canales digitales, monitorizando los principales KPI's de negocio dentro de una agenda de mejora continua y potenciación del canal.



Para la creación de aplicaciones IVR y Chatbot con metodologías específicas para diseñar la solución y definir la persona de marca, ofreciendo el lenguaje más adecuado, mayor resolutiveidad y la mejor experiencia de usuario.



Anticiparse a los temas más buscados por los usuarios antes de que empiecen a navegar por el IVR, personalizando y mejorando la experiencia de atención al cliente (Análisis de Propensión).



En el desarrollo del Lenguaje Natural y el Lenguaje Conversacional, así como en plataformas de IA Conversacional e IA Generativa, en, por ejemplo, bots de voz y bots de chat, elaborados a partir de la forma de hablar de la gente en la vida cotidiana.



Para la creación de Agentes Digitales Virtuales y Asistentes de Agentes.



En el análisis de sentimientos y para crear interacciones más humanizadas con los consumidores.



En proyectos de automatización de procesos robóticos para atención al cliente y administración.



En las iniciativas de People Analytics, con el objetivo de identificar, atraer, desarrollar y retener el talento.



Una de las principales razones por las que debes utilizar la IA para mejorar tu estrategia de experiencia del cliente es que proporciona muchos datos de los usuarios en tiempo real. Y, a través de estos datos, puedes orientar las inversiones en servicios y productos que satisfagan las necesidades reales de cada individuo.

El mercado de la Inteligencia Artificial

Cómo la IA conversacional y los modelos de IA generativa transformarán nuestra forma de entender la experiencia del cliente.

La IA conversacional y la IA generativa están transformando la CX en todos los sectores, ya que ayudan a las marcas a crear interacciones más naturales, mejorando la eficiencia del servicio y la experiencia del usuario. Sin embargo, también conllevan problemas legales, riesgos y oportunidades de negocio que deben tenerse en cuenta antes de su adopción.

Según MarketsandMarkets, se espera que el mercado de inteligencia artificial conversacional alcance los 15.700 millones de dólares en 2024 (en 2019 el total fue de 4.200 millones de dólares), con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 30,2% durante el periodo de previsión. El mercado de inteligencia artificial generativa, por su parte, se espera que crezca de 111 millones de dólares en 2018 a 9.900 millones de dólares en 2023, con una CAGR del 97,9%. Estas cifras ponen de relieve el fuerte potencial de crecimiento de estas tecnologías e indican que las empresas reconocen cada vez más las ventajas de adoptar soluciones basadas en la inteligencia artificial conversacional y la IA generativa.

La IA conversacional es capaz de entender y responder a las preguntas de los clientes de forma natural, utilizando el lenguaje humano, como si estuvieran manteniendo una conversación con otra persona. Esto se hace a través de chatbots y asistentes virtuales, que pueden programarse para ayudar en diversas tareas, como la creación de tickets de soporte, la atención al cliente y las ventas.

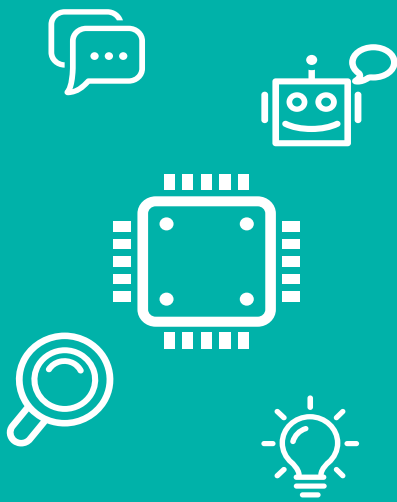
Esta tecnología es posible gracias a una combinación de algoritmos de procesamiento del lenguaje natural, aprendizaje automático y reconocimiento del habla.

Puede ofrecer muchas ventajas, como aumentar la eficiencia, reducir costes y mejorar la experiencia del cliente. Mediante el uso de chatbots, por ejemplo, las empresas pueden ofrecer atención al cliente 24 horas al día, 7 días a la semana, sin necesidad de un asistente humano. Esto no sólo reduce los costes operativos, sino que también aumenta la satisfacción del cliente, ya que puede obtener asistencia instantánea.

La IA generativa es capaz de crear contenidos de forma autónoma. Esto significa que puede utilizarse para crear texto, imágenes, música e incluso vídeos, ayudando a las empresas a producir contenidos personalizados de forma más eficiente y escalable. Sin embargo, es importante señalar que la IA Generativa también presenta algunos retos éticos, y puede utilizarse para desarrollar información que es falsa pero parece genuina. Esto puede utilizarse para difundir información errónea o engañar al público.

Estamos siguiendo el auge de la IA generativa, gracias al lanzamiento de **ChatGPT**, una IA generativa de texto, que ha revolucionado la forma en que las empresas de todos los sectores interactúan con sus clientes.





“Desarrollado por OpenAI, ChatGPT es un modelo de lenguaje natural que utiliza técnicas avanzadas de inteligencia artificial para comprender la intención del usuario y ofrecerle respuestas adecuadas y pertinentes en tiempo real. Pero, ¿qué hace tan especial a ChatGPT? En primer lugar, su capacidad para chatear en varios idiomas, en tiempo real y sin errores, 24 horas al día, 7 días a la semana. Esto significa que puede ofrecer atención al cliente en cualquier lugar del mundo, a cualquier hora, sin necesidad de contratar un equipo de asistencia adicional.”

El texto de arriba fue creado por el propio ChatGPT a través de una solicitud para presentarse de una manera creativa y ejecutiva, con algunos detalles técnicos. Parece muy bien explicado, llamamos su atención sobre algo que muestra por qué todavía debemos ser muy cautelosos, y buscar los mejores expertos, cuando queremos implementar tecnologías de IA Generativa, como ChatGPT. Afirma que “En primer lugar, su capacidad para chatear en múltiples idiomas, en tiempo real y sin errores”. Su propio desarrollador señala que ChatGPT a veces escribe respuestas que parecen plausibles, “pero incorrectas o sin sentido”. Microsoft hace este mismo tipo de puntualizaciones, admitiendo que su chat Bing “no debería usarse realmente para buscar información -después de todo, es incapaz de diferenciar sistemáticamente la verdad de la ficción-, sino para entretenimiento social”.



Oportunidades de una solución de IA conversacional + ChatGPT

1



Mejora de la eficiencia: al automatizar tareas repetitivas como la clasificación de llamadas y la respuesta a preguntas frecuentes, la IA conversacional + Chat GPT puede aumentar la eficiencia de los operadores de servicios y liberar tiempo para actividades de valor añadido.

2



Aumento de la satisfacción del cliente: Conversational AI + GPT Chat pueden proporcionar una experiencia de atención al cliente más rápida y eficiente para los clientes, aumentando la satisfacción general con la empresa.

3



Análisis de datos en tiempo real: Conversational AI + Chat GPT puede recopilar y analizar datos en tiempo real sobre las interacciones con los clientes, lo que permite a la empresa identificar tendencias y mejorar sus procesos de servicio.

4



Servicio 24/7: Con IA conversacional + GPT Chat, la empresa puede ofrecer servicio 24/7 a los clientes, sin necesidad de que los agentes humanos trabajen fuera del horario laboral.

5



Personalización: La IA conversacional + GPT Chat permite personalizar las interacciones con los clientes, ofreciéndoles recomendaciones y soluciones basadas en su historial de interacciones anteriores y otros datos relevantes.

En Atento estamos inmersos en estas tecnologías y las incluimos en nuestros proyectos para crear nuevos journeys, basados en inteligencia artificial y personalizados según las necesidades de cada empresa.

Aunque estas tecnologías aportan muchas ventajas, antes de su aplicación es importante conocer las leyes y normativas que regulan el uso de datos personales y asegurarse de que las soluciones implantadas cumplen dichas leyes. En Atento, nos tomamos muy en serio los temas de seguridad y cumplimiento de la normativa. Por ello, no nos centramos en el uso indiscriminado de estas tecnologías. Tenemos una estrategia de adopción para cada objetivo ([ver Política de Privacidad de Datos de Atento](#)).

ATENTO