

## Aprovechando la tecnología para potenciar la empatía y entender a profundidad al cliente

- *Concluyeron los expertos que, mediante la implementación de IA, Data Science y análisis, se puede impulsar de manera significativa la fidelización de los clientes.*
- *Josh Ashby, Chief Delivery Officer de Atento, participó en el webinar compartiendo algunas de las mejores prácticas de Atento para aumentar la lealtad de los clientes a través de la mejora de la ciencia de datos.*

**NUEVA YORK, 30 de mayo de 2022** – La semana pasada, el Chief Delivery Officer de Atento, Josh Ashby, aportó sus conocimientos en el seminario web de CX Network "Cómo aumentar la lealtad del cliente a través de la empatía basada en datos", un evento que se centró en la capacidad de la IA, la ciencia de datos y el análisis para mejorar la lealtad del cliente entre las marcas, aumentando en última instancia la rentabilidad de las empresas.

Este encuentro digital cobró relevancia dada la evolución del entorno de negocios, en el que la creciente interconexión ha propiciado un giro en cómo las marcas interactúan con los consumidores, abriendo una gama de diferentes canales y medios a través de los cuales conectarse y participar. Dado esto, se espera que aquellas empresas que adoptan la ciencia de datos y el análisis como una forma de monitorear las tendencias de los consumidores aumenten con éxito la lealtad del cliente y, en última instancia, mejoren la cuota de mercado.

Otras áreas cubiertas a lo largo del seminario web incluyeron:

- El valor para los clientes y las marcas al capacitar a los agentes de CX de alto rendimiento con IA, datos y análisis.
- Cómo ofrecer experiencias de cliente omnicanales consistentes, sin fricciones, tanto en canales digitales como de voz
- Cómo automatizar actividades manuales reiterativas para aumentar la productividad y optimizar la eficiencia

El seminario concluyó que es crucial encontrar puntos de contacto humanizados para los consumidores y esto podría lograrse aprovechando la tecnología para empatizar y crear conexiones poderosas por parte de las empresas en el sector de la experiencia del cliente. Josh Asby explicó cómo Atento aceleró las agendas de innovación centradas en el cliente de las empresas, al tiempo que optimizaba los recursos, la tecnología, el conocimiento y el talento.

Tras el evento, Josh Ashby dijo: "La experiencia del cliente está en constante evolución gracias a la adopción acelerada de servicios digitales en todos los aspectos de nuestras vidas. Con una



nueva generación de consumidores y empleados surgen nuevas oportunidades para mejorar la forma en que ofrecemos experiencias de marca. Necesitamos reimaginar la forma en que medimos la excelencia en CX, y comenzar a pensar en cómo podemos lograr una calidad constante, en todos los canales y puntos de contacto".

Atento se compromete a ayudar a sus clientes a seguir las tendencias de consumo y encontrar formas de innovar constantemente para que la experiencia del cliente no flaquee. Hacerlo infunde una mayor confianza en los consumidores y puede conducir a aumentar la rentabilidad de los clientes.

### **Acerca de Atento**

Atento es el mayor proveedor de servicios de gestión de relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio ("CRM, BPO") en América Latina y uno de los principales proveedores del mundo. Atento también es un proveedor líder de servicios de BPO CRM nearshoring para empresas que operan en los Estados Unidos. Desde 1999, la compañía ha desarrollado su modelo de negocio en 17 países, donde emplea aproximadamente a 135.000 personas. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que ofrece una amplia gama de servicios CRM BPO a través de múltiples canales. Los clientes de Atento son principalmente empresas multinacionales líderes en sectores como telecomunicaciones, banca y servicios financieros, salud, retail y administración pública, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (NYSE). En 2019, Atento fue elegida una de las 25 mejores empresas multinacionales del mundo y una de las mejores multinacionales para trabajar en América Latina por Great Place to Work®. Además, en 2021, Everest nombró a Atento como "artista estrella". Gartner ha nombrado a la compañía durante dos años consecutivos como líder en su Cuadrante Mágico a partir de 2021. Para obtener más información, visite [www.Atento.com](http://www.Atento.com)

### **Contactos de prensa**

**Contacto para Medios**  
[press@Atento.com](mailto:press@Atento.com)