



Atento se centra en ofertas de hiperpersonalización e hiperautomatización alineadas con las expectativas de los consumidores

- Desde la personalización hasta la hiperpersonalización y de la automatización a la hiperautomatización del *customer journey*, el futuro de la CX pasa por la predicción y el deleite para atraer y retener a los nuevos consumidores
- El análisis de las interacciones a través de diversos canales permite detectar el perfil, estilo de vida, necesidades y deseos de los usuarios

Madrid, 23 de septiembre de 2024. Atento Luxco 1 ("Atento" o la "Compañía"), uno de los mayores proveedores mundiales de servicios de gestión de relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BTO) y líder de la industria en América Latina, está invirtiendo en la evolución de la personalización a la hiperpersonalización y la hiperautomatización como una forma de mejorar la experiencia de los consumidores de todo el mundo e impulsar la generación de nuevos negocios.

A través de recursos de Data Science, Analytics e IA, Atento se centra en identificar las necesidades, preferencias y emociones de los clientes de manera cada vez más profunda con las marcas. La compañía apuesta por el uso de la analítica predictiva y prescriptiva, combinada con la hiperautomatización de los procesos de atención al cliente y back office, para procesar grandes volúmenes de datos de forma rápida y generar insights accionables en tiempo real.

Gracias a la disponibilidad de información en tiempo real, la inteligencia artificial y las herramientas de análisis avanzadas, es posible analizar las interacciones de los usuarios en todos los puntos de contacto con una marca, lo que permite comprender su perfil, predecir comportamientos y anticipar sus necesidades presentes y futuras. Como resultado, esto permite la creación de ofertas personalizadas, altamente atractivas, construyendo relaciones más duraderas, aumentando la participación de la audiencia, lo que se traduce en tasas de conversión más altas para las empresas además de agregar mayor valor para el usuario, creando *customer journeys* personalizados y sin interrupciones.

"Creemos que ir más allá de la personalización es una transición clave para las empresas que quieren seguir siendo competitivas y relevantes. Apoyamos a nuestros clientes en este desafío. Los clientes están ansiosos por una personalización más profunda, quieren ser reconocidos y tratados como individuos, y esperan un servicio integrado que brinde recomendaciones personalizadas capaces de identificar de manera proactiva posibles dificultades, resolviéndolas rápidamente o incluso anticipándolas. Al invertir en hiperpersonalización e hiperautomatización, ofrecemos una respuesta directa a estas expectativas", afirma Dimitrius Oliveira, CEO de Atento.

Además, los consumidores valoran la comodidad y la relevancia. Para ello, están dispuestos a compartir sus datos a cambio de una experiencia exclusiva. Según una encuesta de Accenture, el 91% de las personas son más propensas a comprar a empresas que ofrecen recomendaciones relevantes. Además, [según un informe de McKinsey](#), el 71% espera interacciones personalizadas y el 76% expresa frustración cuando sus expectativas no se cumplen, lo que hace hincapié en la creciente demanda de experiencias altamente individualizadas.



La hiperpersonalización incrementa entre un 10% y un 15% los ingresos y hasta un 25% para el sector nativo digital ([McKinsey, 2021](#)) y, según una investigación publicada por Deloitte, hasta [el 80% de los clientes](#) son más propensos a comprar de empresas que ofrecen una experiencia personalizada.

"Si bien la personalización puede sugerir productos basados en compras anteriores, la hiperpersonalización anticipa cuándo un consumidor puede necesitar un producto específico ofreciéndolo proactivamente, tal vez incluso con un descuento especial, justo en el momento en que está considerando la compra. En este contexto, es necesario que todo el back office también esté preparado para garantizar la misma agilidad, por ejemplo, a la hora de liberar el crédito adicional, financiación o la documentación necesaria para una transacción", destaca el CEO.

Acerca de Atento

Atento es el mayor proveedor de servicios de gestión de relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio ("BTO CRM") en América Latina y uno de los principales proveedores mundiales. Atento también es uno de los principales proveedores de servicios de CRM de nearshoring BTO para empresas que operan en Estados Unidos. Desde 1999, la compañía ha desarrollado su modelo de negocio en 17 países, empleando aproximadamente a 120.000 personas. Atento cuenta con más de 400 clientes, a los que ofrece una amplia gama de servicios de BTO CRM a través de múltiples canales. Los clientes de Atento son en su mayoría empresas multinacionales líderes en los sectores de telecomunicaciones, banca y servicios financieros, salud, comercio minorista y administración pública. En los últimos años, la compañía ha sido reconocida por su excelencia por varios analistas de la industria en diferentes regiones, entre ellos Everest (nombrada "star performer" en 2021), Gartner (reconocida como líder en Customer Service BPO en el Cuadrante Mágico desde 2021), Frost & Sullivan (nombrada líder en CX Outsourcing en Latinoamérica en 2022) o Forbes (seleccionada como una de las 100 mejores empresas para trabajar en 2023 en España). Para obtener más información, visite www.atento.com.

Contacto de prensa

press@atento.com