**Aumenta la empatía con tus clientes   
y la personalización en Servicio al Cliente con IA**

*Por Martín Frascaroli, Fundador y CEO de Aivo*

¿Te has imaginado qué pasaría si no existiera el servicio al cliente? Imaginemos que de buenas a primeras, todas las empresas deciden prescindir de los departamentos de atención al cliente y se dedican sólo a brindar sus servicios o vender sus productos: ¿Dónde podrían los usuarios hacer una reclamación? ¿De qué forma podrían las empresas tener retroalimentación sobre la calidad de sus productos? ¿Se registrarían más ventas? ¿Regresarían los clientes por más de nuestros servicios o artículos?

Así es, sería muy complicado operar un negocio de esa manera y casi imposible que éste sea estable dado que carecería de la confianza que brindan los clientes cuando se sienten escuchados y respaldados. Entonces, si tenemos claro que no podemos prescindir del servicio al cliente, ¿por qué lo relegamos? La respuesta quizá se encuentre en el desconocimiento generalizado que se tiene sobre la manera de operarlo de forma eficaz y efectiva. Muchas empresas aún ignoran que tener un buen servicio al cliente es mucho más fácil de lo que creen.

**Exigencias en la era de la movilidad**

El primer paso para mejorar nuestro servicio al cliente consiste en conocer a nuestros usuarios; saber cuáles son sus inquietudes, exigencias y comportamientos, todo en relación a nuestros productos. Muchos usan la palabra “empatía” para describir el comportamiento que deben tener las empresas con sus clientes, otros dicen “ponte en sus zapatos”. La idea es siempre tener en mente al consumidor, evitar hacerle perder el tiempo presionando diversos números al teléfono, facilitarle la navegación en el sitio web de la compañía para que puedan encontrar respuestas rápidamente, y evitar procesos que entorpezcan la resolución de sus problemas y dudas.

Los consumidores de la actualidad son más exigentes con lo que consumen. Se desenvuelven en un mundo digital que les brinda la oportunidad de estar conectados permanentemente. Poseen dispositivos electrónicos con los que consumen e interactúan en diferentes plataformas con lenguajes similares, pero en canales distintos. Por esta razón las empresas necesitan adaptarse a ellos y entregar una experiencia y respuesta omnicanal: integración de todos los canales existentes en el mercado, de manera tal de generar caminos relacionados entre sí para que un cliente que inició una comunicación por una vía de interacción pueda continuarla por un canal distinto si así lo requiere.

Aunado a esto, los clientes o usuarios requieren que la atención que se les brinde, además de empática y omnicanal, sea también personalizada. Suena muy complicado ¿no es así? ¿Cómo brindar una atención que a la par de ser omnicanal, pueda ser al mismo tiempo personalizada? Quizá lo siguente te dé algunas respuestas.

**Inteligencia Cognitiva en el servicio al cliente**

Te sorprendería saber que, sin importar cuál es el giro de tu negocio, la inteligencia artificial puede ser de mucha utilidad. En la actualidad puedes implementar en tus sistemas de atención al cliente asistentes virtuales para solucionar problemas desde la primera interacción con los usuarios. Olvídate de horarios de oficina para poder responder una inquietud, la inteligencia artificial te permite tener un canal abierto los 7 días de la semana, las 24 horas del día.

La Inteligencia Artificial se refiere modelos de relaciones similares a lo que haría un humano para buscar información sobre algo que le interesa.

Así, los asistentes virtuales que usan cómputo cognitivo, como el AgentBot de Aivo, entienden la forma natural de dialogar, pensar, seleccionar información y presentar alternativas sobre la búsqueda o consulta similar a como pensaría un humano.

Es la Inteligencia Artificial que se encarga de buscar un conocimiento o respuesta. Parte de una pregunta del usuario, interpreta el diálogo y mantiene una conversación coherente entre la persona y el asistente virtual.

Gracias a redes neuronales los asistentes virtuales comprenden la intención del usuario, evaluando la importancia de cada palabra, significado y busca la mejor solución a lo que requiere

Los asistentes virtuales como el AgentBot utilicen tecnologías de aprendizaje automático (Machine Learning), pues así aprenden con cada interacción que el usuario realiza: nuevas palabras, significados, formas de preguntar, regionalismos y aumenta su precisión día a día. También utilizan estas técnicas de aprendizaje automático para identificar lo que la empresa debería modificar o agregar para mejorar la experiencia del cliente todos los días.

¿Sigues sin creer que la respuesta está en la automatización y la inteligencia artificial? Los agentes virtuales de última generación incluso pueden brindar retroalimentación para mejorar el nivel de satisfacción. No se trata de un robot con un *pool* de respuestas que sólo elige lo que su algoritmo le indica. Los agentes virtuales se adaptan, reconocen y personalizan la atención. Esto también permite que las temáticas que requieran, puedan resolverse de manera personal y ser canalizadas a un asesor dentro de la empresa, optimizando las estructuras laborales para tareas más complejas.

No olvidemos que el servicio al cliente forma parte de la mercadotecnia intangible, ya que busca generar satisfacción y percepciones positivas de nuestros productos o servicios para que aumente el valor percibido de nuestra marca. Por esta razón, no podemos dar por sentado ni minimizar un proceso tan importante como la misma calidad de nuestro producto.

La pregunta que nos debemos hacer es ¿estamos listos para dar el siguiente paso?

# # #

**Acerca de AIVO**

**AIVO** es una compañía fundada en 2012 que se encarga de desarrollar *software* de servicio al cliente con base en la Inteligencia Artificial para transformar la forma en que las compañías interactúan con sus clientes.

Su producto estrella es **AgentBot**, plataforma omnicanal automatizada de servicio al cliente que utiliza elementos de Inteligencia Artificial para interactuar con los consumidores a través de distintos canales. Asimismo, ayuda a las empresas a mejorar la experiencia de los clientes al aprender de los mismos usuarios.

**AgentBot** de **AIVO** tiene una amplia base de clientes que incluye empresas mundiales como Sony, AIG, Visa, AT&T, GM, Telefónica, Mastercard, BBVA, entre otros.

**CONTACTO**

Another Company

Erik Sierra

erik.sierra[@anothercompany.com.mx](mailto:violeta@anothercompany.com.mx)

55 2344 7797