**¿Tu empresa está lista para la fiebre del Mundial 2018?**

* *Que la sobredemanda de servicios en el Mundial no te deje fuera de lugar*

Cada 4 años el mundo enloquece y todo gira alrededor del Mundial, en donde 32 selecciones nacionales se disputan el trofeo más importante del deporte. Este año, se llevará a cabo en Rusia del 14 de junio hasta el 15 de julio.

Si bien el Mundial es un gran suceso para los aficionados, también las empresas festejan este torneo ya que registran importantes incrementos en sus ventas. Desde negocios de retail y electrónica, pasando por compañías de cable, restaurantes, mercancía deportiva, e incluso agencias de viaje para los aventureros que deciden seguir a su selección favorita; un buen número de negocios tienen la oportunidad de mejorar sus ingresos aprovechando la “fiebre” futbolera”. Sin embargo ¿todos lo aprovechan?

**Sobre-demanda futbolera**

Para muchas empresas e industrias, la Fiesta del Futbol representa un período de ventas aún mejor que Navidad o incluso que el Buen Fin. Por ejemplo, se prevé que en Latinoamérica las pantallas de televisión incrementen sus ventas en un 29%. Este crecimiento de casi un tercio es un reto para los negocios que deben estar listos para atender la sobredemanda en un corto período de tiempo.

¿Que deben tomar en cuenta? Desde inventarios, puntos de venta físicos, cadenas de distribución y plataformas online que, a su vez, sirvan de ventanas de atención a los clientes tanto para realizar compras, como para darle seguimiento a sus pedidos, y de esta forma mantener el contacto con ellos.

Los restaurantes y las *apps* de entrega de comida a domicilio deben estar preparados, ya que los mexicanos somos fanáticos de ver los partidos acompañados de una buena botana, sobre todo los días en que juega la selección nacional. ¿Tienes una agencia de viajes? Prepárate porque México es el 7º país con mayor venta de boletos para los juegos de este campeonato (más 18 mil entradas hasta el momento aunque se esperan más de 25 mil aficionados mexicanos).

Estas demandas pueden enfrentarse fácilmente si se usan los instrumentos adecuados a través de la inteligencia artificial para cubrir los picos de demandas. Una de estas herramientas es el servicio al cliente automatizado, ya que dada su velocidad y disponibilidad, genera confianza y compromiso con los usuarios, además de brindarles una experiencia satisfactoria. En la actualidad, empresas como Sony han podido atender incrementos de demanda de hasta un 1200% en fechas como el Black Friday con la ayuda de tecnología de **AIVO** y su AgentBot -un asistente virtual que utiliza machine learning para atender a los usuarios-.

**No te quedes fuera de lugar**

¿Quieres saber cómo sacar a relucir sus mejores estrategias para no quedar en fuera de juego? A continuación unos consejos:

1. *Hazlo móvil*. Las plataformas online son tan perfectas para promover tus productos, como para realizar operaciones y dar seguimiento. Te ahorrarás dinero y tendrás un registro minucioso sobre las interacciones. Recuerda, estamos en 2018, no en “Italia 90”.
2. *Responde en automático*. Olvídate del “tuya, mia, tenla, te la presto”, y responde de forma inmediata a todas las preguntas frecuentes o predecibles que seguro lloverán en el Mundial.
3. *Siempre disponible*. El árbitro podrá pitar el final del partido pero tú no tienes que hacerlo. Un buen servicio al cliente debe ser permanente las 24 horas y los 7 días a la semana.
4. *Sé omnicanal*. Quizás no puedas ser “La Mano de Dios” de Maradona, pero al brindar una solución al cliente sin importar el medio a través del cual te contacte, ya sea de forma telefónica o digital mediante páginas web, redes sociales o la app, te hará casi omnipresente. Recuerda que ser omnicanal no sólo se trata de estar en todos lados, sino de entregar la misma experiencia.
5. *Utiliza agentes solo para casos complejos*. Automatizar amplía notablemente tu capacidad de atención, pero en algunos casos requerirás derivar la atención automática en un agente personalizado ¿tienes listo los refuerzos?
6. *Crea experiencias de servicio* *utilizando empatía.* Para tus clientes es fundamental acompañar un momento tan importante con una experiencia de servicio satisfactoria. Sé empático y piensa en el servicio que te gustaría recibir como cliente.
7. *Acércate a los expertos*. Para que los usuarios no te saquen la tarjeta roja necesitas el apoyo de expertos en servicio al cliente. Los profesionales de **AIVO,** incluso te ayudan a reducir hasta en un 70% los tiempos de respuesta y los costos de atención.

Falta muy poco para que el árbitro dé el silbatazo inicial. ¿Estás listo para ganar-ganar? Para más información visita [aivo.co](https://aivo.co/)

# # #

**Acerca de AIVO**

**AIVO** es una compañía fundada en 2012. 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.

**AIVO** tiene una amplia base de clientes que incluye empresas mundiales como Sony, LG, Visa, GM, Movistar, BBVA, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, entre otros.

**CONTACTO**

**Another Company**

Lorena Márquez

[lorena@anothercompany.com.mx](mailto:lorena@anothercompany.com.mx)

55 1014 0564

Geraldine Almanza

[geraldine.almanza@anothercompany.com.mx](mailto:geraldine.almanza@anothercompany.com.mx)

55 1393 1876