**La automatización del Servicio al Cliente mejora la experiencia de los usuarios**

* *Las empresas ya están ante el reto de mejorar sus métodos de atención con Asistentes Virtuales*
* *La Inteligencia Artificial de Aivo reduce la carga de trabajo de los expertos en los centros de atención al cliente*

La ciencia ficción durante décadas ha hablado de un futuro lleno de robots inteligentes que ayudan a la humanidad a resolver toda clase de problemas, y pareciera que eso todavía es muy lejano, pero ya es una realidad. Hoy en día existen robots que pueden hacer una diversidad de tareas tan complejas y difíciles como ensamblar un avión hasta resolver las inquietudes de un cliente que insatisfecho con un producto o servicio.

La automatización y el uso de inteligencia artificial de los procesos productivos de los grandes corporativos se ha incorporado desde hace más de medio siglo, sin embargo, la atención al cliente en las empresas siempre ha sido relegada debido a la compleja tarea que implica enfrentarse a un ser humano con un sin fin de dudas y preguntas, muchas de ellas impredecibles.

**AIVO**​, empresa experta en servicio al cliente que ofrece una nueva experiencia de interacción​ entre las empresas y sus clientes a través de soluciones de Inteligencia Artificial, te dice cómo los agentes virtuales están cambiando la experiencia de atención al cliente:

**Automatización y humanización**

Para automatizar el proceso de atención al cliente se han creado asistentes virtuales, los cuales son programados con base en la información que desean atender las empresas. En muchas ocasiones se integran las preguntas más hechas por los clientes (FAQ’s), y las respuestas más adecuadas y resolutivas.

Para un óptimo entendimiento, un buen asistente virtual debe entender el lenguaje natural, lo que incluye regionalismos, sinónimos, abreviaciones, etc., para ofrecer una mejor experiencia y los usuarios sientan que están hablando con una persona empática y servicial. Por ejemplo, el AgentBot creado por AIVO interpreta en las consultas regionalismos, jergas, expresiones, errores gramaticales e incluso estados de ánimo.

**Machine Learning**

El machine learning permite a los agentes aprender por sí mismos con base en patrones, ejemplos y búsquedas. El reconocimiento de patrones permite obtener información que establece características o propiedades comunes entre datos diversos. De esta manera, se abre la posibilidad de analizar patrones con cantidades mínimas de información. Un agente virtual como AgentBot aprende de las interacciones de los usuarios y crea una experiencia evolucionada, diferenciada, omnicanal, integrada con la información de la empresa y resuelve en tiempo real lo que los clientes necesitan.

**Menos esfuerzo, menos tiempo**

El mayor número de consultas que los usuarios hacen en un centro de contacto, se refieren a cuestiones básicas como pagar facturas o consultar su saldo. Las respuestas para este tipo de consultas requieren poco esfuerzo de los colaboradores, pero debido al gran volumen que representan, consumen la totalidad de su tiempo. Esta situación impide a las compañías atender las consultas más especializadas por la gran carga de trabajo que conforman las de primer nivel. Al automatizar estas consultas, las de nivel básico se reducen hasta 80%, según la industria, permitiendo a los colaboradores enfocarse en responder a situaciones complejas de servicio al cliente, incrementando así la productividad, eficacia y el nivel de atención de la compañía.

**Todo el día, todos los días**

Las ventajas de los agentes virtuales se incrementan considerando que la inteligencia artificial trabaja 24/7 los 365 días del año. Cualquier tipo de cliente tendrá una respuesta completa y consistente sin importar que lo haga un domingo por la noche, un día inhábil o en horarios de oficina.

Además, uno de los principales objetivos de los asistentes virtuales, como el AgentBot, es acelerar y enriquecer el servicio al cliente permitiendo que los empleados aprovechen su experiencia en tareas mucho más complejas y específicas. Esto ayuda a complementar los procesos de atención al cliente tradicionales, pues responde todas las preguntas frecuentes y libera al personal humano para resolver otros problemas de más complejidad.

La comunicación entre usuarios y empresas se ha vuelto más compleja debido a las nuevas exigencias de los clientes y la era del móvil. Por ejemplo, en México el internauta promedio pasa 8 horas con un minuto conectados al internet y el 90% usa el smartphone como dispositivo de conexión, de acuerdo con el 13º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017 de la Asociación Mexicana de Internet. Para estos cambios de conducta es importante para las marcas usar tecnología que ayude a los colaboradores de los centros de contacto a reducir su carga de trabajo respondiendo solicitudes básicas o de primer nivel, para poder concentrarse en tareas más especializadas, incrementando así la productividad de la compañía.

# # #

**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, LG, Telefónica, BBVA, entre otros.

**CONTACTO**

**Another Company**

Erik Sierra

erik.sierra@anothercompany.com.mx

55 6174 9062

**Another Company**

Mario García

mario@anothercompany.com.mx

55 3930 2474