**Inteligencia Artificial: el presente de los servicios de atención al cliente**

***Por Martín Frascaroli, CEO & Fundador de Aivo***

Los avances tecnológicos han llegado a interconectar cada esfera de la vida en niveles antes inimaginables, hoy el mundo está interconectado y los valores y decisiones se ven afectados por la tecnología. Todo esto nos ha llevado a desarrollar una necesidad de resolver todo de forma inmediata, a estar siempre disponibles, a saciar las necesidades en el momento que las sentimos, sin importar el momento y el lugar.

La atención al cliente se reinventa en este escenario, los procesos basados en etapas y datos se están volviendo obsoletos y hoy el foco está en las intenciones de los clientes y en sus verdaderas necesidades.

El objetivo principal de las empresas en cuanto al servicio al cliente, debe estar enfocado en resolver las necesidades del consumidor de forma inmediata para lograr la lealtad de los mismos, sin embargo, ¿cuál es la clave para lograr este objetivo? Lo principal es construir una nueva experiencia de interacción entre ellas y sus clientes. El consumidor de hoy está más informado, está en constante comunicación y es autosuficiente, y esto para las empresas ha representado un gran reto, ya que existe la constante duda de ¿cómo satisfacer a un cliente así? Aquí es donde entra el papel de la inteligencia artificial, una excelente herramienta que dota a la marca de agentes virtuales enfocados a la rápida atención al cliente.

Utilizar soluciones que permitan optimizar el uso del recurso humano y a su vez resolver las necesidades del cliente sin esperas desde la primera interacción es crucial para crear lealtad entre los consumidores actuales. La inteligencia artificial permite crear modelos de relaciones similares a los que haría un humano para encontrar la información, emula su forma de pensar y dialogar de forma natural, por lo que permite atender a un usuario de la misma forma que un agente lo haría. Le permite a la empresa estar disponibles las 24 horas del día, los siete días de la semana,tiene la habilidad de hacer sugerencias de contenido si no posee la información solicitada, basada en interacciones similares con otros clientes, entiende el lenguaje natural, múltiples formas de hacer preguntas, regionalismos, errores gramaticales, además de entregar respuestas personalizadas y reportes para una mejora continua.

Ahora bien, no solo se trata de tener la mejor herramienta, también es importante la personalidad de la misma. Un asistente virtual debe ser empático, de esta forma transmitirá los valores de la compañía al comunicarse con los clientes, debe captar la intención para entender qué es lo que el cliente necesita resolver. Sus conocimientos sobre la compañía y sus productos debe ser profunda y debe tener integrado hasta el más mínimo detalle de los clientes, por lo que la empresa debe tener una base de datos alimentada a la perfección.

Tomando todo esto en cuenta, en Aivo, nos preocupamos por desarrollar productos que le permitan a las empresas ofrecer la mejor atención a sus clientes y con AgentBot logramos este objetivo, que con el uso de la inteligencia artificial es la solución más completa para aquellas empresas que buscan resolver los problemas de sus consumidores en tiempo real con la mejor respuesta a sus dudas.