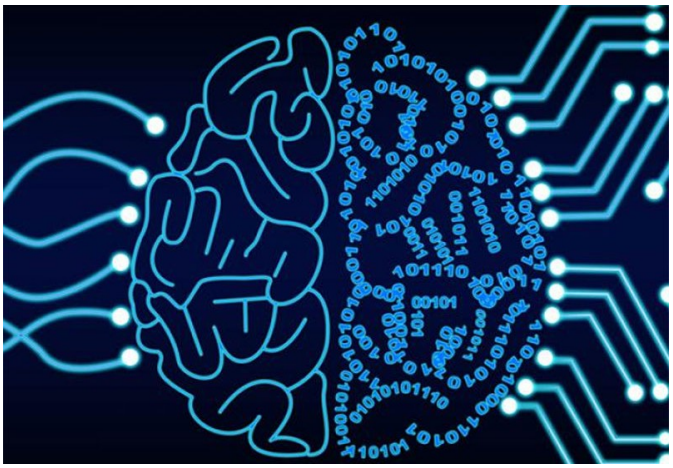
JUAN CARLOS ALCAIDE
fidelización & experiencia de cliente
(/)

MANIFIESTO: EL USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CONTACT CENTER Y CHATBOTS



"Manifiesto: escrito en que se hace pública declaración de doctrinas, propósitos o programas", así lo define la Real Academia Española. Las siguientes líneas no son doctrina ni dogma, debido a que la Transformación Digital ha posibilitado el cambio rápido y continuo en la sociedad, en las organizaciones y en las tecnologías que la han propiciado. Pero plateo propósitos que ayudarán a las empresas si establecen un "programa", un plan estratégico y táctico, que aproveche la y otras soluciones relacionadas para mejorar la Experiencia del Cliente.

1. El uso de y otras herramientas de Inteligencia Artificial y experiencia cognitiva permite anticiparnos al comportamiento del cliente. Este permitirá a la compañía saber qué clientes están en riesgo (prevención de insatisfacción) y hacer acciones preventivas.
   Si estas no han funcionado, y entra en contacto con los canales de gestión relacional de la empresa, el uso de herramientas tipo chatbot nos permiten asegurar que el contacto inicial sea más positivo al conocer el agente los problemas probables, el estado de ánimo que posiblemente tenga y sus sentimientos.
2. El uso de es un elemento de gran ayuda por parte de las tecnologías que "susurran" al agente qué debe decir y cómo puede y debe enfocar la relación con cada quién.
3. Por supuesto, la existencia de estas tecnologías no nos libera de , todo lo contrario, es necesario poner el foco en cómo usarlas para deleitar a las personas en cada interacción.

4. . Debemos contemplar como absolutamente esencial asegurarnos que la emocionalidad que se traslada a cada persona es la adecuada, en coherencia y consistencia con el : la tecnología ha de ayudar a enfatizar el toque humano. Cada encuentro, cada contacto, es y debe ser personal y se debe buscar el efecto que, metafóricamente podemos llamar ".
5. Es completamente imperativo del revés a cómo se está haciendo ahora en el contact center: sólo será eficaz y eficiente la interacción que lo sea a ojos del cliente, optimizando cada segundo que nos dedica en cada interacción.
6. es uno de los elementos más importantes de la tecnología que, haciendo uso del Big Data y el cálculo de probabilidades puede, realmente, llegar a . No olvidemos poner el foco en la anticipación y prevención del comportamiento del cliente.
7. con el "sentiment analysis" es uno de los grandes avances de la aplicación de tecnología cognitiva al contact center.
8. Mediante el uso de la tecnología buscaremos el , yendo más allá de nuestra "simple" obligación y recorriendo la milla extra, con caricias y detalles emocionales, aunque estén automatizadas, pues la tecnología permite, hoy, "automatizar caricias espontáneas".
9. es el reto en el corto plazo que ha de permitir optimizar los recursos del dinero invertido en el contact center. Automatizar FAQS y consultas habituales nos ha de permitir aligerar como mínimo el 60% de la carga de los empleados de atención cliente.
10. Omnichannel es omnichannel, lo que significa que , sino que pueda elegir según su conveniencia. El chatbot es un canal más, quizá al que debemos apuntar con mayor énfasis de cara al 2020, pero un canal entre otros.