

Estos son los motivos por los que una empresa debería de tener chatbots

La **Inteligencia Artificial** se ha abierto camino en el sector de las telecomunicaciones, con el fin de otorgar un mejor servicio al cliente. Empresas como AT&T, Verizon o Comcast ya la utilizan para mejorar la tasa **de satisfacción de sus clientes, optimizar procesos comerciales**, así como obtener mayores ingresos y reducir costos, entre otros beneficios.

Según los datos que aporta **Kampyle**, especialistas en análisis de software, **el 87% de los clientes piensan que las marcas deben trabajar más para brindarles una mejor experiencia**, mientras que **el 91% de los usuarios insatisfechos indicaron que no volverían a hacer negocios con esa empresa**.

Gustavo Parés, director general de la firma especializada en Inteligencia Artificial, NDS Cognitive Labs, señala que: “La industria de telecomunicaciones ya no se limita a proporcionar servicios básicos de telefonía o Internet, la aparición de los servicios móviles y de banda ancha en la era del Internet de las Cosas, ha generado un gran crecimiento en el sector, lo cual ha aumentado el número de solicitudes de soporte técnico y atención al cliente, por lo que la IA ha sido una gran herramienta para ayudar a resolver estos problemas”.

Estos no son los únicos beneficios, ya que los operadores de telecomunicaciones están en una buena posición para **desarrollar e implementar IA en sus productos y servicios**. De acuerdo con **NDS Cognitive Labs**, empresa mexicana especializada en soluciones de Inteligencia Artificial, éstas son las principales razones para implementar IA en las empresas de telecomunicaciones:

- **Mejor experiencia del cliente:**

El servicio al cliente y las llamadas telefónicas ya no son el único punto de contacto que tienen los usuarios, actualmente existe la posibilidad de la interacción por mensajería instantánea a través de redes sociales o asistentes virtuales automatizados, que han influido en que esta interacción evolucione.

De esta manera, en lugar de seguir el procedimiento de las eternas llamadas y tiempos de espera, los asistentes virtuales resuelven las consultas de los clientes conservando los atributos de las habilidades de una conversación humana.

Otros de los beneficios que podemos encontrar, es la capacidad que de atención en cualquier horario del día, en cualquier idioma y ampliando la capacidad dependiendo del número de consultas simultáneas que tenga.

- **Manejo de preguntas repetitivas:**

Los asistentes virtuales pueden responder a este tipo de preguntas de forma segura, ya que procesan la información, entienden el contexto y la regresan en forma de respuesta a las solicitudes enviadas por los clientes.

- **Asistencia con asuntos simples:**

Los usuarios no sólo recurren al servicio al cliente para obtener información sobre sus productos, también lo hacen para resolver algún problema con sus productos, ya sea porque no saben cómo instalar un dispositivo o porque éste dejó de funcionar correctamente. En este caso, un chatbot puede ser útil.

- **Retroalimentación del cliente:**

La opinión de los consumidores respecto a su experiencia con una marca es información valiosa, ya que se puede utilizar para ajustar el negocio, el servicio o el producto a las necesidades reales del mercado con mucha mayor precisión. En este sentido, los chatbots son un excelente canal para recopilar comentarios de los usuarios y analizarlos de manera automática para generar un reporte de calidad en el servicio basado en la opinión de los clientes.

La ventaja de un asistente virtual es que las personas tienden a ver y responder más las notificaciones de mensajería que los correos electrónicos, además de que las llamadas telefónicas pueden distraer y ser molestas para los clientes. Una solicitud de comentarios recibida a través de un chatbot puede revisarse y responderse en un mejor momento y de manera más rápida