

Chatbots, el mejor vínculo entre empresa y cliente

La adopción de chatbots en los sectores retail, bancario y salud tendrá un ahorro de 11 mil millones de dólares anuales para 2023, según estimaciones de un estudio realizado por la firma consultora Juniper Research.

Hoy en día, contar con un logotipo como elemento distintivo para una empresa o incluso una mascota que intente crear un vínculo con los consumidores ya no es suficiente, cuando tenemos a la mano tantos asistentes digitales avanzados como Google Assistant, de Google; Siri, de Apple; Alexa, de Amazon; y Cortana, de Microsoft.

Los clientes pasan cada vez más tiempo con la inteligencia artificial que con cualquier otra interfaz. De esta forma se logra una interacción cliente/empresa generando un estrecho lazo con la marca al mismo tiempo.

Es así como especialistas en inteligencia artificial de Nearshore Delivery Solutions, explican por qué los chatbots pueden ser los mejores aliados para tu marca. "Los chatbots ofrecen a los usuarios de su sitio web o plataforma digital una manera conveniente de poder interactuar con la empresa, sin tener que instalar una nueva aplicación o buscar en un sitio web diferente".

Más conversaciones

State of Conversational Marketing revela que personas de 195 países están utilizando el chat online para comenzar conversaciones con páginas web de negocios, mismas que eran realizadas por humanos.

"Los chatbots están diseñados para mantener una conversación fluida y natural con las personas, siendo capaces de responder las preguntas frecuentes de los usuarios y fomentar las ventas, entre otras tareas, así como obtener información que puede ser útil para cambiar la estrategia de marketing", comentó el director general de Nearshore Delivery Solutions, Gustavo Parés.

"De esta manera, durante los últimos años, los negocios han comenzado a utilizarlos en sus estrategias de marketing para comunicarse con sus clientes actuales y potenciales, siendo una clara tendencia en diferentes sectores."

Utilizar un chatbot, agrega, como imagen de la marca puede ser más relevante para la empresa de lo que parece, ya que ayuda a establecer una relación más emocional y tangible con los usuarios. Esto, sin mencionar los beneficios que ya conocemos: estar disponible las 24 horas del día y en diferentes plataformas, atención ágil y personalizada, acceder a una mayor cantidad de audiencia y mejorar la imagen de la marca.

Y si bien los asistentes digitales avanzados como Siri, Cortana o Alexa no cuentan con una imagen definida, tienen su sello.