

La IA está cambiando las reglas del servicio al cliente

De acuerdo con Avaya Holdings Corp y Frost & Sullivan Latinoamérica, mejorar el **servicio al cliente** es una cuestión de repensar completamente cómo debería funcionar el servicio si está impulsado por inteligencia artificial (IA). Para ellos es ahora conectando los puntos entre la actividad e información de un usuario, y hacer que los agentes puedan predecir por qué la persona está llamando y sugerir cómo resolver su problema incluso antes de que se lo pidan.

De hecho, las empresas están reuniendo grandes cantidades de información sobre los hábitos y actividades de sus clientes en cada punto de contacto que tienen con ellos: el desafío es aprovechar al máximo el potencial de la IA.

Entre las tecnologías que dan forma a la IA, Frost & Sullivan considera el **Machine Learning, aprendizaje profundo, procesamiento del lenguaje natural (NLP, por sus siglas en inglés), computación cognitiva y asistentes virtuales**, pero en definitiva lo que importa son los datos teniendo en cuenta que la IA no es una tecnología independiente, sino que depende de la infraestructura de datos.

Nuevo paradigma

En este marco, la firma señala que las soluciones potenciadas con IA se están convirtiendo rápidamente en el nuevo paradigma en el campo de las **tecnologías empresariales**. Es probable que sus capacidades prospectivas y prescriptivas impacten la experiencia del usuario como ninguna otra tecnología lo ha hecho hasta ahora.

“Aún estamos lejos de un mundo completamente conectado en el que la IA regirá nuestras vidas cotidianas a través de hogares conectados, autos que se manejan solos, agentes virtuales y, particularmente, asistentes personales inteligentes que se comunican con el resto de las cosas (objetos) conectadas. Sin embargo, hacia allá es a donde nos estamos dirigiendo y las condiciones para que esto suceda más rápido ya están sentadas. En el mundo de la experiencia del cliente (CX), sin duda las herramientas basadas en IA ya están elevando los estándares de calidad de atención”, explicó Juan Manuel González, líder de Transformación Digital de Frost & Sullivan Latinoamérica

Hasta la fecha las aplicaciones más comunes de la IA que pueden verse en los centros de contacto de América Latina son interfaces automatizadas. Si bien es importante invertir en estas, existen otras aplicaciones de inteligencia artificial que pueden mejorar enormemente la experiencia de los clientes y empleados incluyen el reconocimiento visual y RPA (Robot Process Automation).