



Guía para principiantes sobre la
IA conversacional

AMELIA[®]

Guía para principiantes sobre la IA conversacional

Se ha escrito mucho sobre el potencial de la IA para redefinir los procesos de las empresas a través de la automatización de las tareas físicas, transaccionales y cada vez más cognitivas. De forma específica, la IA permite la existencia de un nuevo tipo de interfaz de usuario (IU) que permite a los humanos interactuar con sistemas digitales a través del medio más natural para ellos – la conversación, ya sea de forma hablada o por chats interactivos y sin guiones. Mientras que los humanos llevan conversando durante mucho tiempo con ordenadores, estas interacciones se veían sometidas a reglas estrictamente estructuradas que los ordenadores estaban programados para entender.

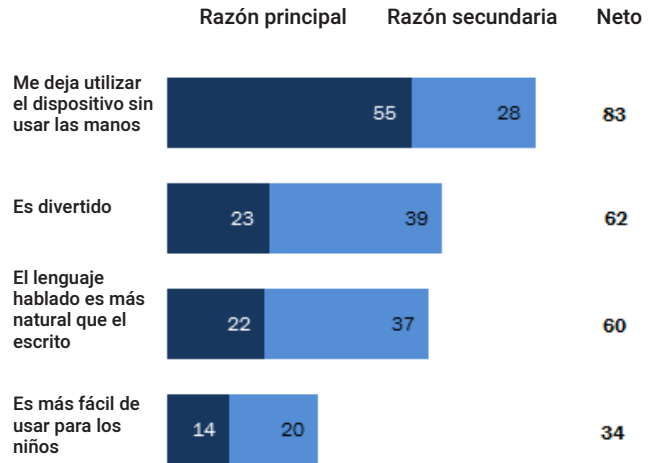
Una generación ascendiente de soluciones de IA conversacionales son capaces de distinguir entre una amplia variedad de expresiones del usuario, incluyendo aquellas para los cuales no están entrenados de forma específica para anticipar. Estas interacciones son particularmente potentes cuando se combinan con sistemas integrales autónomos, que permiten a los usuarios acceder a procesos y automatizaciones tan solo con solicitarlas. Esto abre la puerta a un gran número de posibilidades que tendrán un gran impacto en los negocios, en los empleados y en los clientes en los años venideros.

En los últimos años, la tecnología IA conversacional ha evolucionado y generado diferentes “asistentes digitales” multipropósito enfocados al público general (por ejemplo, Siri, Alexa o el asistente de Google), así como otros “colegas digitales” dirigidos a la empresa. Una [encuesta de Pew](#) demostró que el 46% de los americanos utiliza de forma frecuente estos asistentes, siendo la razón más popular (83%) la capacidad de “utilizar un dispositivo sin usar las manos.”

Sin embargo, la distancia que separa a un asistente conversacional digital y a los agentes de IA conversacional a nivel empresarial es bastante notable.

La mayoría de los usuarios de asistentes de voz digitales dicen que la principal razón para usarlos es que liberan sus manos.

El porcentaje de usuarios de asistentes de voz digitales que las siguientes razones son principales/secundarias para utilizarlos.



Nota: Los participantes que eligieron “no es un motivo” o no respondieron a cada pregunta no se muestran en la tabla. Los números podrían sumar más del 100% porque se permitían respuestas múltiples

Fuente: Encuesta realizada del 1 al 15 de mayo de 2017.

CENTRO DE INVESTIGACIÓN PEW

GRÁFICO 1: USO DE ASISTENTES DIGITALES

Los negocios requieren un alto nivel de reconocimiento de las expresiones del usuario, una comprensión natural del lenguaje y unas capacidades transaccionales autónomas que muchos asistentes digitales a día de hoy no pueden proporcionar. Además, los chatbots con guión (disponibles en muchos sitios web empresariales) suelen carecer de estas habilidades, y definitivamente no pueden completar transacciones y tareas sin algún tipo de intervención humana.

Cruzar este puente entre los asistentes digitales o los chatbots requiere, como mínimo, una mejor comprensión de la IA conversacional, cómo funciona y en qué se diferencia de otros tipos de tecnología, así como su potencial valor empresarial. En este libro blanco exploraremos estos temas con intención de enumerar una serie de puntos a tener en cuenta por las empresas que busquen implementar una estrategia tecnológica a corto o largo plazo que incluya la utilización de soluciones de IA conversacional.

Pronóstico sobre valor de negocio por AI

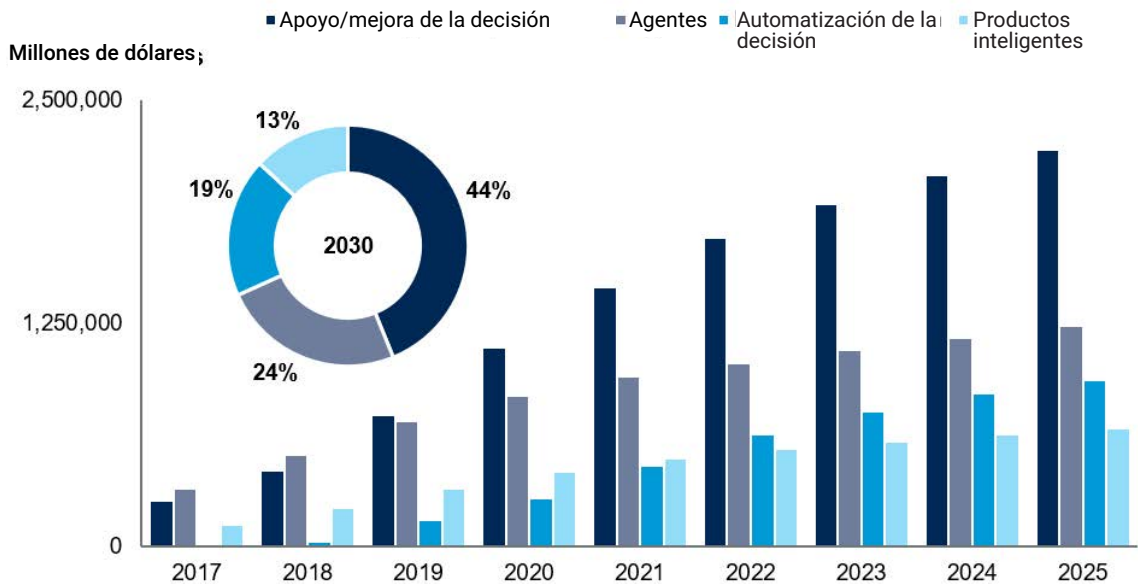


GRÁFICO 2: PRONÓSTICO SOBRE VALOR EMPRESARIAL POR TIPO DE IA

Separando la auténtica IA conversacional de otras soluciones

Vamos a comenzar reconociendo brevemente lo que algunos consideran ya evidente: el potencial impacto de las tecnologías IA en el presente y el futuro del mundo empresarial será muy profundo. Por ejemplo, las tecnologías IA podrían generar hasta 2.9 trillones de dólares en valor empresarial hasta 2025, de acuerdo con [Gartner](#), con el uso de la IA para el apoyo y la mejora de la experiencia de los clientes proporcionando el mejor valor potencial.

Ante este tipo de pronósticos, es fácil adivinar por qué tantas empresas están buscando formas de incorporar la IA, y especialmente la IA conversacional para la prestación y el suministro de productos y servicios – y por qué es igualmente importante separar la auténtica IA conversacional de las alternativas.

Vamos a reflexionar sobre lo que significa que una tecnología sea “conversacional”. Salvo que seas una persona humana, comprender un idioma y mantener una conversación es bastante difícil. Este es un motivo por el cual los chatbots menos

desarrollados, que son bidireccionales y siguen un guión, suelen fracasar a la hora de realizar tareas que la IA conversacional puede completar sin ningún problema. Los chatbots, aunque pueden interactuar con los usuarios, no los comprenden y no pueden mantener un diálogo fluido y con diferentes puntos a tratar, y, en definitiva, no pueden dirigir una conversación hacia un punto de resolución del problema.

La auténtica IA conversacional es mucho más versátil que los chatbots convencionales que llevan en el mercado durante años. Las soluciones conversacionales de bajo nivel reaccionan ante palabras claves o ante frases específicas, mientras que los agentes de IA conversacionales son capaces de reconocer las intenciones del usuario de entre un amplio espectro de posibilidades. Esta flexibilidad es particularmente importante a la hora de interactuar con una clientela de gran tamaño y variada, la cual tendrá diferentes maneras de comunicar la misma idea.

La IA conversacional funciona a través de lo que se denomina intenciones de usuario. Esa intención del usuario puede manifestarse a través de chat o a través de un sitio web, una llamada de voz o un asistente como Amazon Echo, una app de chat como Facebook Messenger o a través de cualquier medio que elijan las empresas para que los clientes interactúen con IA.

Antes de que la IA conversacional hable con un cliente, las herramientas de modelado de los procesos de negocios y de anotación perfilan los procesos de las empresas para asegurarse de que la IA hace exactamente lo que la empresa quiere en cualquier situación de cara al cliente. Así, por ejemplo, si se pierde una tarjeta de crédito, si se cierra una cuenta o si un cliente quiere abrir una cuenta, la IA conversacional habrá aprendido y perfeccionado los procedimientos de la empresa antes de responder a la solicitud de un cliente.

La IA conversacional auténtica utiliza el procesamiento natural del lenguaje (NLP) para comprender y utilizar frases coherentes y humanizadas. Esto le permite buscar en las frases de los clientes para encontrar palabras importantes que utilizará para preparar su respuesta. Si alguien dice “me compré un coche ayer”, la IA determinaría que “coche” es el sustantivo y “compró” el verbo, y la cosa se complica rápidamente después de eso.

Una diferencia clave entre la IA conversacional y los chatbots reside en el reconocimiento de expresiones complejas. La IA conversacional utiliza algoritmos neurales de trabajo para detectar la intención del cliente. Si un cliente dice, “perdí mi tarjeta de crédito ayer”, la IA conversacional recordará su entrenamiento de sustitución de tarjetas de crédito. Sabrá que cuando se pierde una tarjeta de crédito, la intención del cliente es, habitualmente, desactivar la tarjeta perdida, obtener una nueva tarjeta y eliminar cualquier cargo en disputa.

La IA recoge datos básicos (quién, qué y cuándo) y determina que el cliente perdió su tarjeta de oro en Nueva York la noche pasada. Verá que se realizó un cargo esta mañana en Connecticut y reconocerá este cargo de forma inmediata como sospechoso.

¿Pero qué ocurre cuando alguien comienza una interacción con múltiples intenciones? El chatbot típico no dispone de la inteligencia cognitiva necesaria para resolver esta situación. La IA conversacional no solo puede registrar múltiples intenciones, sino que puede clasificarlas para asegurarse de que los procesos más importantes son resueltos primero.

Una diferencia clave entre la IA conversacional y los chatbots es la capacidad de reconocimiento de expresiones complejas.

Por ejemplo: si alguien llama a un banco y dice, “me gustaría dejar de recibir notificaciones en papel, pero perdí mi tarjeta de crédito ayer en Nueva Jersey y creo que podría haber cargos fraudulentos en mi cuenta”, la IA conversacional no resolverá esos problemas en orden, sino que realizará una clasificación y determinará que los cargos fraudulentos son el elemento más importante de la conversación, la expedición de una nueva tarjeta el segundo y recibir notificaciones en papel es el elemento menos importante.

No hay un límite para el número que la IA conversacional puede clasificar. Puede monitorizar y permanecer en el contexto. También puede cambiar de contexto con una persona y recordar el contexto anterior para desarrollarlo más tarde en la conversación o para conversaciones futuras. Un chatbot puede ser capaz de gestionar un problema de un cliente, pero no todos los problemas siguiendo un orden de relevancia; es más probable que el chatbot tenga que transferir dicha solicitud a un agente humano inmediatamente.

Además, a diferencia de los simples chatbots entrenados para hablar en función de un guión, la IA conversacional admite la variedad en el diálogo. Por ejemplo: si un chatbot está gestionando la sustitución de una tarjeta de crédito y el cliente se da cuenta de que estaba hablando de una tarjeta de crédito que no era la correcta, el chatbot se confundiría y tendría que volver al principio del guión para reiniciar el proceso o transferir la llamada a un trabajador humano – un proceso ineficiente y que derrocha el tiempo del cliente.

La IA conversacional puede gestionar la variación del diálogo sin problemas; solo tendrá que volver al punto de la conversación en el que confirmó qué tarjeta se utilizó, reiniciar dicha interacción y continuar el servicio para informar al cliente del proceso sin tener que perder la información que recibió previamente.

¿Te acuerdas del modelado de procesos de negocios? Con esta función, la IA conversacional está entrenada para gestionar procesos teniendo en cuenta la variación en las conversaciones humanas. Si el cliente se sale del guión y realiza una pregunta que no tiene nada que ver con los procesos del negocio, la IA conversacional puede adaptarse.

Así, por ejemplo, si un agente de IA conversacional pregunta: “¿Le gustaría que le envíe una nueva tarjeta de crédito?” y el cliente responde “¿Me va a costar dinero?”, la IA conversacional es capaz de tener en cuenta el contexto de la interacción y de determinar que se está haciendo referencia al envío de la tarjeta, sabrá que no existen costes relacionados con ese servicio e informará al cliente al respecto.

IA conversacional y valor empresarial

A la hora de elegir un sistema IA es importante investigar soluciones que sean suficientemente potentes para ejecutar tareas en función de un criterio de toma de decisiones con experiencia y basado en datos. Hay que resolver los problemas de los empleados o de los clientes que ocurran con mayor frecuencia, aquellos para los cuales una solución avanzada de IA pueda proporcionar resultados más allá de las respuestas incluidas en un guión. Por ejemplo: los clientes que hacen una pregunta como, “¿Debería registrarme para el programa de fidelidad?” o “¿Qué producto quedará mejor en mi chimenea?” no están buscando una respuesta genérica incluida de un guión a través de un simple chatbot.

Con un sistema de IA conversacional puede proporcionar opiniones informadas a las preguntas de los clientes en función de cómo han interactuado con el sistema en el pasado. El sistema puede rastrear el historial de los clientes, acceder a datos del mercado y, lo más importante puede investigar sobre las preferencias y necesidades de cada cliente para realizar recomendaciones personalizadas.

Los chatbots solo pueden mantener una conversación con los usuarios en función de unas plantillas. Un chatbot probablemente esté capacitado para resolver algunas de las interacciones con clientes más sencillas, pero seguirá requiriendo el soporte humano constante debido a la incapacidad de la tecnología para descifrar preguntas idiomáticas, aprender rápidamente sobre nuevos productos o gestionar solicitudes con varios contextos.

Si un cliente solicita feedback o ayuda para tomar una decisión, el chatbot transferirá la solicitud a un trabajador humano salvo que se haya programado una respuesta para esa pregunta exacta. Este es un resultado tremendamente ineficiente tanto para la empresa como para el cliente. Cuando un cliente le hace al chatbot una pregunta sencilla como “¿Debería inscribirme en el programa de fidelidad?”, el chatbot enviará al cliente exactamente al mismo lugar al que el cliente habría ido antes de asistir al chatbot – un agente de atención al cliente humano. Este no es el escenario ideal en términos de ROI para una inversión en un chatbot.

Aquí tienes un ejemplo: Los clientes no hablan utilizando terminología de banca exacta, lo cual hace que la IA conversacional sea incluso más valiosa con los usuarios finales. Si un cliente dice, “¿Puedo unificar mis préstamos?” o “Tengo muchos préstamos y detesto pagarlos todos juntos. ¿Hay alguna forma de pagarlos todos de golpe?”, el chatbot sería incapaz de distinguir que el cliente quiere consolidar los préstamos.

Una solución de IA conversacional puede utilizar los conocimientos sobre sus clientes (el cliente realiza los pagos de los préstamos en fecha cada mes) y comprender la expresión del cliente (“juntar mis préstamos” quiere decir “consolidar”) para, al menos, preguntarle al cliente “¿Te refieres a la consolidación de préstamos académicos?”. La IA conversacional puede destilar las palabras e intenciones de los clientes para lograr resultados prácticos. Esto le permite al cliente resolver una transacción o conseguir una solución de forma más rápida y con los resultados deseados – lo cual deriva en una mayor satisfacción del cliente y, a la larga, en mayor lealtad del mismo.

IA conversacional sin código

Desafortunadamente, no todos los negocios tienen los recursos técnicos para crear Empleados Digitales utilizando los modelos tradicionales de implementación. A decir verdad, según [Harvard Business Review](#), el 47% de los negocios dicen que las dificultades que se encuentran a la hora de integrar los proyectos de IA cognitiva con los sistemas y procesos ya existentes son su principal impedimento en lo que se refiere a las iniciativas de IA. Parece que las empresas tampoco pueden encontrar el talento necesario para integrar y poner en marcha los sistemas IA por su propia cuenta. El mismo informe reveló que menos de la mitad de las empresas (45%) tienen un nivel elevado de habilidad en lo que a la integración de la tecnología IA se refiere en su entorno informático. La falta de talento no va a solucionarse de forma sencilla o rápida – el Global AI Talent Report de 2019 estimó que tan solo existen [36,524 expertos en IA en todo el mundo](#) capacitados para gestionar este trabajo.

Los sistemas sin código están diseñados para ayudar a las empresas con habilidades tecnológicas pobres o intermedias a desarrollar sus propios Empleados Digitales personalizables. Estos nuevos sistemas incorporan APIs, RPAs y componentes visuales a través de procesos de diseño conversacionales con asistentes. En estos casos, los usuarios con un nivel técnico menor pueden crear Empleados Digitales sofisticados y avanzados respondiendo a las sugerencias y las pautas a través de chat o de conversaciones por voz.

Los sistemas IA sin código están diseñados para ayudar a las empresas con habilidades tecnológicas pobres o intermedias a desarrollar sus propios Empleados Digitales personalizables.

La IA conversacional también beneficia a las empresas más avanzadas a nivel técnico aprovechando más el tiempo dado a una implementación más sencilla y rápida. Con el sistema de IA liderando el proceso de implementación, los recursos necesarios para desarrollar y mejorar un Empleado Digital se reducen de forma dramática en comparación con las implementaciones tradicionales. A consecuencia de esto, habrá menos expertos IA centrados en un único proyecto, se darán menos errores de los usuarios y los tiempos de pruebas pueden acortarse significativamente – todo esto deriva en un mayor ROI.

La flexibilidad de los sistemas sin código permite a las empresas experimentar con servicios que no pudieran prestar antes de forma efectiva, poniéndolos en marcha y adaptándolos lo suficientemente rápido a través de los métodos de implementación tradicionales. Esto permite un mayor número de pruebas de concepto. Los procesos satisfactorios se pueden replicar en casos similares adicionales. Aquellos que requieran ajustes o incluso cambios importantes pueden adaptarse sin emplear muchos recursos, y la información adquirida de estos proyectos puede utilizarse para optimizar procesos futuros.

No se trata de los chatbots convencionales

Los sistemas IA sin código no deben compararse con los simples chatbots que llevan en el mercado los últimos años. Aunque el rudimentario árbol de decisiones de los chatbots es fácil de construir, no permiten tener el mismo nivel de interacción humanizada que las IAs conversacionales pueden tener. Con una auténtica IA conversacional, los usuarios pueden aprovecharse de funcionalidades más avanzadas, como el cambio de contexto, el reconocimiento de varias expresiones, las interrupciones, las divagaciones y otras cosas.

Además, los sistemas sin código aprenden y mejoran con el tiempo. Los sistemas incluyen unos motores incorporados de análisis que permiten la mejora de las tasas de reconocimiento de las intenciones de los clientes, menores tasas de abandono y tasas de escalada inferiores.

De acuerdo con esta información, el empleado digital hará recomendaciones y sugerencias para mejorar la experiencia del usuario, y dictará al trabajador humano los procesos necesarios para adoptar estos cambios.

Con los sistemas sin código en funcionamiento, las organizaciones se benefician de un mayor aprovechamiento del tiempo, una integración sencilla de la IA, menores costes de funcionamiento en comparación con los sistemas tradicionales y mejores experiencias de los clientes y de los empleados. Estos beneficios no se prestan a expensas de la funcionalidad o la usabilidad, sino que combinan las mejores funcionalidades con la experiencia del usuario más satisfactoria posible para conseguir empleados digitales más efectivos y valiosos.

Eligiendo una IA conversacional

Cualquier implementación de una IA conversacional debería estar centrada en ayudar a los clientes a conseguir sus objetivos cuando interactúan con la empresa. Cualquier banco, por ejemplo, quiere ahorrar dinero automatizando la interacción con el cliente básico – interacciones con los empleados, y ese objetivo por sí mismo ya merece la pena.

Ningún ejecutivo quiere que su centro de contacto gestione miles de palabras sobre cajeros automáticos. De la misma manera, si tu principal objetivo es utilizar la IA para automatizar las preguntas más frecuentes, podrías acabar con un producto anticuado que nadie quiera utilizar.

Este es el motivo: tus clientes no saben, o simplemente no les interesa saber cómo funcionan las solicitudes que quieren realizar, siempre y cuando se realicen de forma rápida y efectiva. Si reciben una respuesta a su pregunta inicial, probablemente soliciten una respuesta más complicada o preguntar si pueden llevar a cabo una transacción.

Un chatbot básico resolverá aquellas preguntas de seguimiento de la única forma que sabe – Al final, los usuarios tendrán malas experiencias, la intervención humana seguirá siendo necesaria y los clientes acabarán prefiriendo métodos humanizados en el producto en lugar de confiar en un programa que no logra su cometido. Al elegir una tecnología, céntrate más

en mejorar el servicio al cliente en vez de intentar únicamente reducir los costes. Ambas cosas son importantes, pero al centrarte en mejorar el servicio de tus clientes, estarán más seguros y se reducirán los costes generales a largo plazo.

Invirtiendo en chatbots en lugar de IA conversacionales, los agentes humanos pierden su tiempo resolviendo tareas rutinarias y repetibles cuando podrían estar utilizando su tiempo en prestar un servicio individualizado a los clientes o participando en proyectos de mayor relevancia. En definitiva, inviertes en un proyecto que lleva a los clientes a la experiencia que intentabas evitar.

Casos exitosos de IAs conversacionales

Muchas empresas de todo el mundo y de diferentes industrias ya han invertido en la IA conversacional y están teniendo excelentes resultados que derivan en eficiencias operativas y un mayor valor empresarial. En algunos casos, estas inversiones dieron más beneficios que otras realizadas en tecnologías de IA no conversacional o directamente las reemplazaron.

La IA conversacional como Agente de Asistencia (Whisper Agent)

Una importante compañía aseguradora comenzó a utilizar la IA conversacional como agente de Asistencia (Whisper Agent) en su centro de llamadas para reducir los tiempos de llamada y aumentar la satisfacción de los clientes. A la vez que están con los clientes por teléfono, los agentes humanos interactúan por chat con la IA conversacional, lo cual les orienta paso a paso a través de diferentes procedimientos como las solicitudes de cambios de cobertura y de pruebas de seguro, así como las solicitudes de restablecimiento del seguro.

La IA conversacional de la empresa fue entrenada en más de 50 temas específicos relativos a la industria, lo cual permitió que respondiera rápidamente las preguntas de los clientes y proporcionara información sobre las pólizas a través de integraciones seguras con sistemas integrales.

Tras la implementación del sistema, la duración media de las llamadas pasó de 4.6 a 4.2 minutos – y eso resultó en un aumento considerable de la productividad total cuando se tiene en consideración las miles de llamadas que los agentes gestionaban al día, y que la IA conversacional comenzó a gestionar 250,000 interacciones al mes.

Agente de Asistencia (Whisper Agent)

250,000

La IA conversacional promedia más de 250,000 conversaciones **al mes**.

75%

El 75% de las solicitudes se resuelven **en la primera llamada**, en lugar del 67% anterior.

4.2 minutos

La duración media de las llamadas ha pasado de **4.6 minutos a 4.2 minutos**.

IA Conversacional como Agente del centro de llamadas

Un banco europeo de gran importancia tiene un alcance internacional de 35 países. El banco cuenta con 68 millones de clientes de todas partes del mundo, lo cual se traduce en millones de interacciones con los clientes al año. El banco comenzó a usar la IA conversacional para gestionar llamadas de voz de los clientes de México, donde la compañía atendía 100 millones de llamadas al año.

La IA conversacional se puso en marcha en el banco tras demostrar su habilidad para gestionar conversaciones y solicitudes de forma efectiva durante el entrenamiento, logrando una tasa de precisión del 98%. La IA conversacional ahora gestiona el 32% de las llamadas de la sucursal en México, sin intervención humana.

La IA conversacional también puede reembolsar un cargo en disputa por sí misma (de hasta 50\$) en menos de 24 horas.

Agente del centro de llamadas

98%

La IA conversacional logró una **tasa de precisión del 98%** en solicitudes y conversaciones.

32%

32% de las llamadas atendidas sin intervención humana.

IA conversacional como Soporte Técnico (IT Service Desk)

La IA conversacional está ayudando a trabajadores de una empresa distribuidora de la lista Fortune 500 con una amplia gama de solicitudes informáticas, como el acceso a las redes Wi-Fi, acceso a puertos USB y la resolución de problemas informáticos de alto volumen relacionados con Outlook, Skype, impresoras y el estado de los tickets. Como resultado de implementar la IA conversacional, los tiempos de resolución de incidentes se redujeron significativamente. Por ejemplo, para más de 6,500 visitantes de la empresa al mes, la IA conversacional permitió el acceso al Wi-Fi con éxito al 97.5% de ellos. Antes, este proceso llevaba hasta tres minutos, pero ahora puede realizarse en menos de 30 segundos.

Soporte Técnico (IT Service Desk)

6,500

La IA conversacional permitió el acceso al Wi-Fi a 6,500 visitantes.

97.5%

97.5% de tasa de éxito a la hora de permitir el acceso a Wi-Fi.

<30 segundos

Antes, este proceso llevaba hasta tres minutos; ahora puede llevar **menos de 30 segundos**.

IA conversacional Soporte Técnico (IT Service Desk) y agente del servicio de atención al cliente

Un banco minorista líder con más de 15,000 empleados y más de 4 millones de clientes implementó inicialmente la IA conversacional para su servicio de soporte y asistencia técnica interno, gestionando los restablecimientos de contraseña, la conectividad a la red y el soporte firewall, así como el suministro, las reservas, las solicitudes y la resolución de problemas relacionados con las aplicaciones empresariales como Skype.

Tras el éxito del sistema, el banco también introdujo la IA como un agente de chat que hablaba sueco para proporcionar soporte al cliente las 24 horas del día. Permitted la gestión de diferentes solicitudes de los clientes, como el soporte de los clientes a la hora de solicitar la sustitución de tarjetas de crédito, la fijación de reuniones con personal de la sucursal y el otorgamiento de información general de la cuenta y de la sucursal.

La precisión de la IA conversacional a la hora de reconocer las expresiones de los clientes del banco es tremendamente superior que la de un chatbot estático. La solución es capaz de determinar apropiadamente la expresión en el 93% de las conversaciones; si no lo consigue, transfiere sin problemas la conversación a un trabajador humano. El 91% de los usuarios que interactuaron con la solución de IA conversacional calificó su experiencia como buena o muy buena.

Soporte Técnico (IT Service Desk)

24/7

La IA conversacional ofrece servicio al cliente las **24 horas del día**.

93%

93% de reconocimiento de las expresiones del cliente.

91%

El 91% de los usuarios calificaron su experiencia como buena o muy buena.

IA conversacional como servicio por voz

Telefónica es una empresa multinacional de presencia en 15 países en toda Europa y Latinoamérica. La empresa implementó la IA conversacional como servicio de atención al cliente por voz para sus centros de atención al cliente en Perú para gestionar las llamadas de línea directa, que atendieron alrededor de 72 millones de llamadas (38 millones atendidas por humanos) en 2018. Esto se debió en parte al fracaso de su sistema IVR para identificar las solicitudes de los clientes. Como resultado, la empresa desarrolló 28 habilidades específicas que quería que su IA conversacional aprendiera incluyendo 18 habilidades de extremo a extremo automatizadas y 10 habilidades que

requerirían IA conversacional para enviar una llamada a un agente humano.

Tras cuatro meses de inicialización, la IA conversacional gestiona ahora el 100% del volumen de llamadas, reemplazando al sistema IVR. La solución reconoce la intención del cliente de forma correcta el 90.2% de las llamadas, y la tasa de abandono de clientes en llamadas gestionadas por IA se redujo en un 24% desde la semana de lanzamiento. Además, la satisfacción de los clientes en las llamadas gestionadas por la IA conversacional está al mismo nivel que aquellas gestionadas por personas humanas.

Servicio Telefónico (Voz) de atención al cliente

72 millones

72 millones de llamadas atendidas por líneas directas.

90.2%

90.2% de reconocimiento de expresiones de llamadas.

24%

El abandono de clientes en las llamadas atendidas por la IA disminuyó en un 24%.

Cree en el poder de la conversación

La conversación, aunque se trata de una habilidad exclusivamente humana, está siendo transferida al mundo digital con la expansión de las tecnologías en las vidas de los clientes y de los usuarios.

En el frente empresarial, la IA conversacional no solo suena totalmente humana a la hora de interactuar con los usuarios finales; utiliza la conversación como un elemento esencial para demostrar su valor para los clientes individuales y para las empresas en general. Las empresas deberían considerar la implementación de la IA conversacional como base esencial de cualquier futuro plan de inversiones – no solo por los potenciales beneficios, sino para mantener y sobrepasar las expectativas de los clientes sobre cómo pueden de interactuar con sus marcas favoritas a través de las tecnologías interactivas.

Autor: Juan Martinez

Editor: John Madden

Amelia,

es la empresa líder mundial en IA empresarial y el hogar de Amelia, el compañero IA digital más humanizado de la industria. La capacidad de Amelia para aprender, interactuar y mejorar con el tiempo hace que sea la única IA del mercado capaz de comprender al completo las necesidades y las intenciones del usuario.

Contacta con nosotros en
[Amelia.ai/contact](https://amelia.ai/contact).

AMELIA®