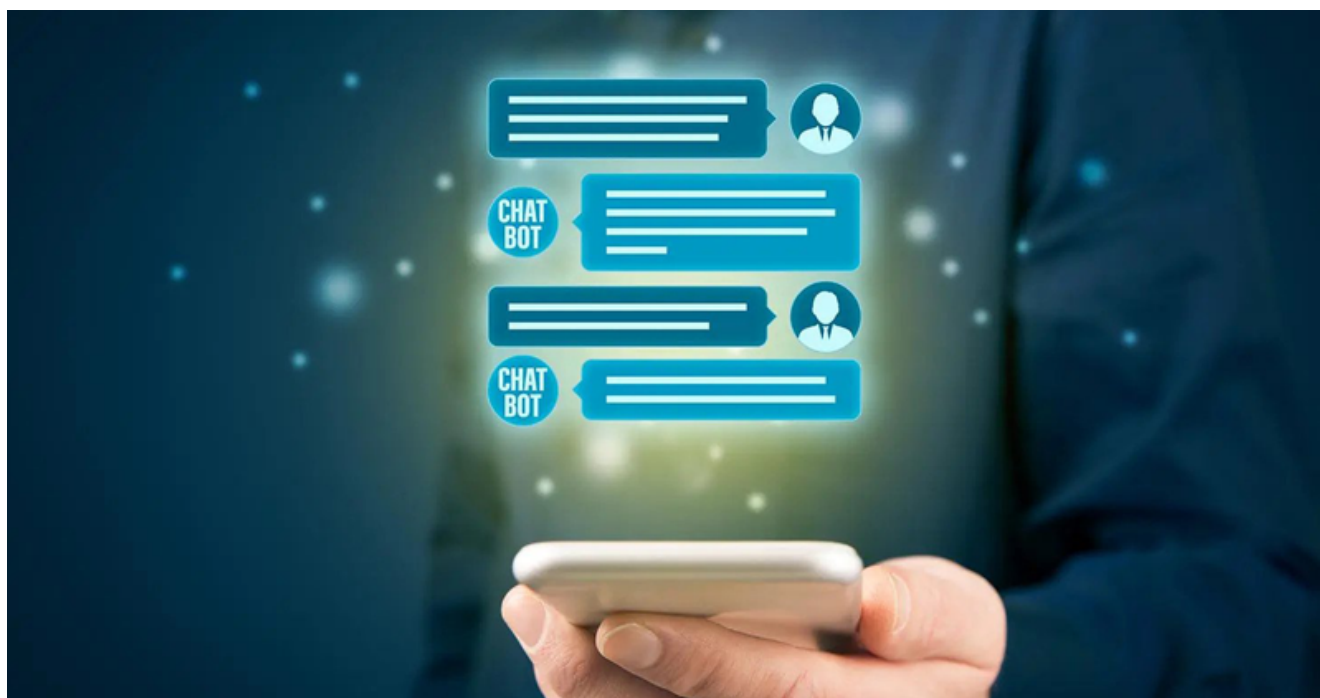


Bot conversacional: una tendencia que crece y potencia los servicios de CX

22/03/2022



Desde hace unos años hasta hoy, la tecnología que las empresas pueden aplicar a sus canales para mejorar la atención al cliente ha evolucionado. Puntualmente, si pensamos en los bots, en la actualidad existen distintos software que habilitan variadas acciones a los usuarios. Están los que permiten responder a un menú de opciones, otros incorporan el uso de palabras claves para darle a las personas respuestas en base a los términos que utilizan y, la versión más avanzada, los bots conversacionales que utilizan inteligencia artificial (IA) para dialogar con los usuarios.

Esta incorporación de la IA hace que el software entienda el lenguaje con mayor precisión, lo que permite hacerlo más conversacional y capaz de reconocer diferentes datos para dar respuestas más concretas. Algunos de sus beneficios destacados son:

- Interacción de manera natural y precisa con agentes virtuales que admiten, por ejemplo, preguntas complementarias.
- Son de creación rápida y universal ya que se pueden desarrollar en poco tiempo y brindar soluciones en distintos canales de contacto.
- Fácil escalabilidad.

[Apex America](#), empresa líder en Latinoamérica en Customer Experience, en alianza con [Google](#) Cloud, pudo acelerar el desarrollo de nuevas tecnologías especializadas en la experiencia del cliente con altos niveles de seguridad y escalabilidad. Especialmente la tecnología [Dialogflow de Google](#), le permite desarrollar bots conversacionales personalizados, de implementación omnicanal y de gestión simple e integral.

“Gracias al uso de esta tecnología, nuestros especialistas en CX (Customer Experience) ahora son Customer Success Specialist (CSS), y desde este nuevo rol, pueden desarrollar mejores bots, más customizados y con interacciones de mejor calidad. Es decir que pasamos de desarrollar la inteligencia artificial de la herramienta a crear soluciones a medida para implementarlas en nuestros clientes, usando la tecnología de Google Cloud”, explica **María del Mar Fernández**, Directora Global de Performance de [Apex America](#).

Los bots desarrollados con estas tecnologías se pueden implementar de forma simple en diversos canales de atención propios de la empresa, como un chat en un sitio web, como en aquellos externos a ella (como Messenger de Facebook o WhatsApp). Es decir, se trata de desarrollos a medida que se adaptan a todas las plataformas de contacto que la compañía utilice.

Además de la simple implementación, la herramienta habilita ajustes específicos para campañas o eventos especiales. Se pueden añadir respuestas específicas adaptadas a las

necesidades de ese momento y luego sacarlas del flujo de conversaciones. Esta funcionalidad es muy interesante para, por ejemplo, las acciones comerciales que se realizan los días de descuentos o en fechas festivas.

Actualmente, Apex America ha implementado esta tecnología en el 50% de sus clientes, entre ellos, La Nación y Banco de Corrientes. El objetivo es hacer que cerca de los 4,5 millones de conversaciones que la empresa procesa por año, puedan gestionarse mediante Dialogflow.

“Actualmente el equipo de CSS de Apex está trabajando en la elaboración de métricas enfocadas en la experiencia de los usuarios para brindarles a nuestros clientes la información específica que le permita impulsar y mejorar este contacto. También estamos desarrollando nuevas funcionalidades como el VoiceBot, que permitirá procesar audios y responderlos en el mismo formato. Definitivamente estas tecnologías nos permitieron desarrollar soluciones más personalizadas y eficientes”, concluye María del Mar Fernandez.

Fuente: Ámbito