

Interacción con el cliente multicanal

Nuestros clientes ganan el Premio Stevie® 2021 y Nuance recibe el galardón al Socio Tecnológico del Año

[Robert Weideman](#) | Executive Vice President and General Manager, Nuance Enterprise Division

2 marzo 2021



Nuestros clientes ganan el Premio Stevie® 2021 y Nuance recibe el galardón al Socio Tecnológico del Año

Desde 2013, clientes de Nuance en todo el mundo han ganado más de 45 premios Stevie en las áreas de *customer engagement*, productividad de los agentes e innovación, utilizando las capacidades de [IA conversacional](#), mensajería digital, biometría, DIY e [IA orientada a los agentes](#) de Nuance. Este año nos

complace compartir con nuestros clientes los ganadores de los premios Stevie® 2021:

1. USAA – Premio de Oro a la respuesta más valiosa de un equipo de atención al cliente a raíz del COVID-19:

Agente virtual de USAA (impulsado por Nuance)

USAA, una de las mayores instituciones financieras del mundo, la cual presta servicio a más de 13 millones de miembros – tanto actuales como antiguos del ejército estadounidense – y a sus familias, ha trabajado con Nuance para desarrollar un asistente virtual capaz de comprender el contexto, hacer predicciones y gestionar eficazmente las consultas de los miembros. Al trabajar con Nuance, USAA pudo ofrecer a sus clientes respuestas rápidas e inteligentes durante la pandemia del COVID-19, incluyendo información sobre créditos y cuotas de seguros, planes de protección de pagos, actualizaciones de cheques de estímulo, y mucho más.

La solución de Nuance: [Un asistente virtual digital basado en la IA conversacional de Nuance](#)

2. Telefónica – Premio de Oro a la innovación en atención al cliente (industria de telecomunicaciones):

Uso de la IA para priorizar y proteger a los mayores con el sonido de su voz

Al inicio de la pandemia, cuando el aumento del fraude en los canales digitales afectaba de forma desproporcionada a las personas mayores, Telefónica recurrió a Nuance para detectar y priorizar las llamadas de los clientes de más de 65 años a través de la tecnología de Inteligencia Artificial y la biometría de voz. De esta forma Telefónica fue capaz de identificar a sus clientes mayores por el sonido de su voz cuando llamaban al departamento de atención al cliente. Como resultado, la solución permitió que Telefónica pudiera priorizar la atención del segmento de la población más afectado por la pandemia en un momento tan crítico para ellos.

Esto no sólo mejoró la eficiencia del contact center de Telefónica y la experiencia de usuario, sino que también ayudó a proteger la identidad de los clientes ante la avalancha de estafas telefónicas a las que se vieron sometidos con la excusa del coronavirus.

La solución de Nuance: Biometría de voz automatizada utilizando [Nuance Gatekeeper](#)

3. Cabify – Premio de Plata al mejor uso tecnológico en el servicio de atención al cliente (otras industrias):

Cabify impulsa la experiencia del cliente y del conductor con el lanzamiento de su asistente virtual 'ABI', basado en IA

Cabify, empresa de transporte similar a Uber y Lyft, presente en España y en gran parte de Latinoamérica, experimentó una rápida expansión el año pasado y continúa creciendo. Conscientes de que debían satisfacer rápidamente las crecientes necesidades de sus clientes y de su personal, Cabify aprovechó la plataforma de Customer Engagement de Nuance para desplegar un Asistente Virtual denominado "ABI", con el que ayudar a responder a las comunicaciones que llegan desde diferentes canales, países y en distintos idiomas. Con ABI, los clientes de Cabify disfrutaban de un *engagement* personalizado a través de los canales digitales, de forma que sus trabajadores pueden centrarse en responder a peticiones de mayor valor, orientadas al usuario. Además, ABI ayuda a los conductores durante el largo proceso de incorporación a la compañía, guiándoles en las preguntas más comunes y desviando a aquellos con problemas complejos a agentes humanos para que obtengan ayuda adicional.

La solución de Nuance: [ABI, el asistente virtual digital y por voz de Cabify, se basa en la IA conversacional de Nuance](#)

4. Nuance – Premio de Plata al socio tecnológico del año en soluciones de venta o servicio al cliente

En marzo de 2020, cuando irrumpió la pandemia, Nuance creó una lista completa de soluciones gratuitas que permitía a las organizaciones adaptarse a los retos que presentaba la nueva situación. También aceleró el desarrollo de nuevas e innovadoras funciones que mejorarían las capacidades de su software actual para hacer frente a los nuevos problemas emergentes. Gracias a estas soluciones gratuitas y a las innovaciones de IA conversacional, sus clientes pudieron adaptarse rápidamente al nuevo entorno remoto sin dejar de ofrecer un servicio y una excelente experiencia a los clientes.

La solución de Nuance: [La plataforma Intelligent Engagement de Nuance](#); IA conversacional, de *engagement* y de seguridad

5. IAG – Premio de Bronce a la innovación en el servicio de atención al cliente (industrias de servicios financieros): IAG generó información de valor sobre los clientes con la ayuda del Bot de Mensajería “Arlo the Koala”

La compañía de seguros australiana IAG está detrás de algunas de las marcas más respetadas y fiables de del sector en Australia y Nueva Zelanda, suscribiendo más de 12.000 millones de dólares en pólizas al año. Para satisfacer las crecientes expectativas de los consumidores en cuanto a una comunicación eficaz y de valor de la empresa al consumidor, IAG implementó la plataforma Digital Engagement de Nuance a través de Facebook Messenger para interactuar con sus usuarios a un nivel más profundo; con la ayuda de un koala animado llamado Arlo, ayudó a demostrar el poder de la mensajería. Con Arlo, IAG fue capaz de aumentar el *engagement* de los clientes durante la crisis del COVID-19 y de los incendios forestales de 2019.

La solución de Nuance: [Arlo, el asistente virtual y de mensajería digital de IAG, se basa en la IA conversacional de Nuance y en su plataforma Digital Engagement](#).

“Estando en el entorno laboral más difícil que recordamos para la mayoría de las organizaciones, los ganadores de los premios Stevie 2021 fueron capaces de encontrar la forma de innovar, aumentar las ventas, complacer a sus clientes y conseguir nuevos negocios”, comenta la presidenta de los premios Stevie, Maggie Gallagher. “Los jueces han reconocido y recompensado esto, y nos unimos a ellos para aplaudir a los ganadores de este año por su éxito continuo”.

En Nuance, creemos en la creación de tecnología que vaya un paso más allá. Estamos transformando las experiencias de los clientes con soluciones inteligentes y seguras basadas en la IA que son capaces de acompañar a los consumidores y a las marcas desde el primer contacto hasta el final. Nuestros clientes que utilizan este enfoque de IA, incluidas las organizaciones innovadoras mencionadas anteriormente, están logrando resultados increíbles, desde mejoras en la experiencia de los clientes y agentes hasta reducciones de costes y aumentos de ingresos.

Sin importar el sector, una atención al cliente sobresaliente está en el corazón de cualquier negocio exitoso. En el entorno digital actual, que evoluciona rápidamente, nunca ha sido tan importante innovar en las experiencias de atención al cliente. Estamos orgullosos de ser reconocidos por los Premios Stevie debido a las tecnologías vanguardistas de IA conversacional y biometría en las que Nuance sigue siendo pionera, por lo que felicitamos a nuestros clientes con visión de futuro por revolucionar las experiencias inteligentes y naturales de las que disfrutaban, a su vez, sus usuarios.

Para obtener más información sobre las soluciones de Nuance Enterprise, visítenos [aquí](#).

Tags: [Premios](#), [Historias de los consumidores](#)

More Information

¿Quieres conocer más historias?

No se pierda nuestros encuentros virtuales sobre las últimas innovaciones de nuestros clientes con el uso de nuestra tecnología, para mejorar la atención al cliente a través de conversaciones seguras e inteligentes en todos los canales.

[Learn more](#)



About Robert Weideman

Robert Weideman is the executive vice president and general manager of the Nuance Enterprise Division, responsible for customer self-service solutions that are used by leading organizations around the world to automate and optimize the customer care experience. Robert is driving the team behind Nina, the virtual assistant for customer service, which delivers human-like customer service for contact centers, and mobile and web apps. In his tenure with Nuance, he has been the general manager for the Dragon and Imaging businesses, as well as SVP of international marketing in EMEA. Previously, Robert served as chief marketing officer for ScanSoft, and vice president of marketing for the Adobe Systems' portfolio company Cardiff Software. He has also held senior marketing and management roles at TGS.com and CA (Computer Associates). Robert holds a BS in Computer Information Systems and Software Engineering from San Diego State University.

[View all posts by Robert Weideman](#)