

IA para Retail, Interacción con el cliente multicanal

Cabify lanza su asistente virtual ABI para mejorar la comunicación y experiencia de sus clientes

[Sebastian Reeve](#) | EMEA Director of Product Management and Marketing

28 julio 2020



Cabify, la empresa de servicios de transporte urbano a través de la plataforma tecnológica más importante de España, ha presentado recientemente a ABI, el primer asistente virtual de la compañía desarrollado con tecnología conversacional de Inteligencia Artificial de Nuance, para potenciar la experiencia de sus clientes en los canales digitales en 11 países en Europa y Latinoamérica.

Cómo una de las historias de éxito más importantes del panorama español en el mundo de las startups, Cabify se ha convertido rápidamente en la plataforma tecnológica de transporte y movilidad favorita entre las principales ciudades de España y América Latina. Cabify ofrece taxis, coches ejecutivos, scooters eléctricos e incluso helicópteros de alquiler a través de su aplicación móvil. Además, desde el comienzo de la pandemia del covid-19, la compañía también ha introducido servicios de entrega de alimentos y paquetería para ayudar durante la crisis y el confinamiento.

Potenciando la experiencia de todos los usuarios

Según Jacobo Domínguez, VP de Experiencia de Cliente y Operaciones en Cabify, «Nuestra misión es hacer de las ciudades un lugar mejor para vivir, y lo hacemos ofreciendo una alternativa al coche privado, una opción de calidad y segura para nuestros usuarios. Por usuarios, me refiero tanto a los conductores como a los pasajeros.»

Cabify se dio cuenta que había un gran volumen de solicitudes de conductores deseando formar parte de la plantilla de trabajadores de la empresa y, sin embargo, una caída significativa durante el proceso de onboarding, debido al número de documentos y trámites administrativos que los futuros choferes tenían que presentar. Ante esta situación, decidieron introducir un nuevo canal de comunicación a través de un Asistente Virtual que pudiera guiarles de principio a fin durante el proceso de incorporación a través de las distintas fases de comprobación, verificación y registro del perfil y experiencia de los candidatos, y ofrecerles soporte una vez incorporados, pudiendo contactar con la empresa en todo momento para resolver todo tipo de consultas e incidencias.

Por otro lado, Cabify también quería mejorar la comunicación con sus clientes y ofrecerles un servicio de atención al cliente adecuado para ellos. En un principio, solo ofrecían soporte a través del correo electrónico, lo que significaba que las interacciones eran demasiado largas, especialmente si un cliente había perdido un artículo durante el viaje o si necesitaba informar sobre un problema.

Cabify necesitaba una solución versátil que pudiese resolver las necesidades de todos sus usuarios, tanto conductores como pasajeros, ofreciendo experiencias multicanales consistentes y personalizadas en distintos países. Fue un requisito indispensable que [el asistente virtual conversacional](#) pudiera integrarse a través de su propia aplicación móvil, redes sociales y página web, en los 11 países en los que está presente para ofrecer a los clientes y conductores diferentes alternativas para ponerse en contacto con la compañía.

Una solución digital potente gracias a la IA

Utilizando la tecnología conversacional de IA de Nuance, Cabify pudo hacer todo esto al mismo tiempo que establecía una hoja de ruta para el futuro. En noviembre de 2019, [Cabify lanzó su asistente virtual ABI](#). Después del éxito inicial, la relación Nuance-Cabify continúa trabajando para mejorar la experiencia de los conductores y clientes.

«Estamos presentes en once países», dice Maria Gili, Global Customer Experience y Ops Technology Manager. «Y las formas en que las personas hablan en cada uno de estos países difieren. Tuvimos que entrenar a ABI de forma que se adaptara a todos nuestros países y clientes. Esto fue algo que conseguimos gracias a la experiencia y recursos de Nuance.»

Mientras Cabify mira hacia el futuro, Domínguez explica que ABI juega un papel clave en la creación de una experiencia digital para el cliente, actuando como «primer punto de contacto» entre la empresa y el cliente. Cabify continuará aumentando las posibilidades y alcance de ABI, de mismo modo que seguirán formando a otros agentes que trabajan para la compañía.

Jacobo Domínguez y Maria Gili se sentaron virtualmente conmigo para compartir más detalles sobre su experiencia digital. Desde los desafíos a los que se han enfrentado desde la puesta en producción hasta los resultados alcanzados hasta la fecha y planes de futuro. [Descubra cómo Cabify transformó la experiencia de su departamento de atención al cliente desde formularios web hasta un asistente virtual.](#)

Tags: [Experiencia de cliente](#), [Asistente Virtual Inteligente](#), [Servicio al cliente](#), [IA para Chatbots](#)



About Sebastian Reeve

Después de pasar más de 15 años obsesionado con la fricción entre la industria del customer service y la tecnología, Seb aceptó que esto no es solo una fase temporal. En su puesto actual de Director Global de Desarrollo de Negocio, Seb es responsable de definir y evangelizar la propuesta de valor de las soluciones de IA de Nuance para la atención al cliente en todo el mundo. Su misión principal consiste en compartir su experiencia y conocimiento sobre cómo las empresas pueden crear experiencias automatizadas extraordinarias que enamoren a los clientes en vez de que las sufran negativamente y no paren de quejarse.



[View all posts by Sebastian Reeve](#)