

IA para Contact Centers, Interacción con el cliente multicanal

Mejor experiencia y atención ciudadana, en todo momento

Tony Lorentzen | General Manager & Senior Vice President, Intelligent Engagement

17 noviembre 2022



A todos los ciudadanos les gustaría interactuar con las administraciones públicas como lo hacen con las empresas del sector privado. Las empresas del sector público tienen una gran oportunidad y pueden aprovechar toda la experiencia y estrategias de fidelización y relación con el cliente que llevan años funcionando en el sector privado para digitalizar las administraciones. De esta forma mejorarán la satisfacción de los ciudadanos, optimizarán costes y serán más eficientes.

La experiencia del cliente ha sido siempre un pilar estratégico en cualquier organización. Hoy en día, el grado de automatización y madurez de las tecnologías que ayudan a proporcionar experiencias seguras y sin interrupciones en todos los canales de contacto, permite a las organizaciones personalizar la atención del cliente para tener una visión 360 sobre sus interacciones. Esta realidad ha hecho que las empresas del sector privado sean cada vez más eficientes y las expectativas de los clientes sean cada vez más altas.

Sin embargo, en el sector público, este nivel de digitalización es mucho más lento y está provocando una constante frustración entre los ciudadanos que miran al sector público como un sector lento y anticuado.

Aunque algunas organizaciones del sector público ya han dado grandes pasos en lo que se refiere a transformación digital, la mayoría aún no ha explorado y aprovechado plenamente las oportunidades que brinda la aparición de nuevos canales y tecnologías. En este sentido, aquellos que deseen [acelerar su transformación](#) deberían inspirarse en ejemplos de empresas del sector privado; empresas de telecomunicaciones, retail y servicios financieros.

El autoservicio ahorra tiempo a los ciudadanos y a los empleados de las administraciones públicas

En el sector privado, el número de clientes que solicita hablar con un agente es cada vez menor. Tanto si se trata de devolver un producto no deseado como de contratar un nuevo servicio, muchas empresas permiten que los clientes puedan resolver sus incidencias o consultas ellos mismos.

La mayoría de las experiencias de autoservicio son ahora facilitadas por [asistentes virtuales inteligentes \(VA\)](#). [Uno de retailers de moda más importantes del Reino Unido](#) utiliza un VA inteligente para gestionar más de 250.000 interacciones con clientes cada año, resolviendo el 70% de los problemas sin ninguna intervención humana. El asistente virtual ayuda a los clientes a resolver problemas comunes, como la gestión de devoluciones y reembolsos, y ha ayudado a la empresa inglesa a ahorrar aproximadamente 2 millones de libras en ventas online que, de otro modo, podría haber perdido.

Algunas organizaciones del sector público ya han reconocido el potencial de los AV y los han puesto al servicio de los ciudadanos. Por ejemplo, al inicio de la pandemia, [HMRC en UK puso en marcha un Asistente Virtual rápidamente](#) para apoyar el lanzamiento de sus cuatro planes de ayuda del Covid-19, ayudando a los ciudadanos y a las empresas a obtener las subvenciones que necesitaban lo antes posible.

Las experiencias personalizadas mejoran la satisfacción de los ciudadanos

Además de ofrecer distintas opciones de autoservicio que se adapten a las necesidades de los clientes, muchas empresas se han esforzado por personalizar las interacciones. Esto va, desde conocer los productos favoritos de un cliente y avisarle cuando estén de oferta, a preparar a los agentes y asistentes virtuales para que presten un servicio basado en el historial de compras del cliente, sus interacciones recientes con la marca, sus preferencias, su ubicación, o cualquier otra cosa que se necesite para agilizar y mejorar la relación.

En esta línea, también ayudamos a [uno de los tres principales retailers del mundo](#) a desplegar una VA inteligente que resuelve el 85% de los casos de los clientes sin la interacción de un agente. La marca planea utilizar APIs para integrar el VA con su CRM y utilizar la información de los clientes para dar un toque personal a sus servicios, permitiendo al VA saludar a los clientes por su nombre y responder a sus preguntas sobre los pedidos.

A medida que las instituciones del sector público adopten este tipo de soluciones digitales y de autoservicio, podrán ayudar a garantizar que los ciudadanos se sientan reconocidos y comprendidos, sea cual sea el canal.

La autenticación biométrica facilita la vida de los ciudadanos

Muchos ciudadanos también se están acostumbrando a vivir sin las molestias y los riesgos de seguridad que pueden llegar a suponer los PIN, las contraseñas y las molestas preguntas de seguridad.

Los principales bancos y empresas de telecomunicaciones utilizan ahora la [tecnología biométrica más avanzada](#) para verificar la identidad de los clientes basándose en características inherentes, como el sonido de su voz y patrones de comportamiento. Esto permite a los agentes (y a las IVR conversacionales) centrarse en cumplir con las necesidades de cada cliente, en lugar de gastar valiosos segundos o minutos haciendo de guardián e interrogador.

La empresa de telecomunicaciones [Deutsche Telekom](#) utiliza la [tecnología de biometría de voz](#) para autenticar regularmente a más de 700.000 clientes, pidiéndoles simplemente que digan la frase "en Telekom, mi voz es mi contraseña". Es un servicio que ahorra un tiempo valioso a los agentes, y el 75% de los clientes de la telco afirman que el servicio es más conveniente que usar su número de identificación.

Estamos empezando a ver que organizaciones de servicios públicos de otras partes del mundo siguen rápidamente el ejemplo con tecnologías como ésta. [La Oficina de Impuestos de Australia](#), el principal organismo de recaudación de ingresos del Gobierno australiano, autentifica a más de 4,2 millones de ciudadanos mediante tecnología de biometría de voz. Y desde la implantación de esta tecnología, la organización ha conseguido reducir una media de 48 segundos en sus llamadas, ahorrando tiempo tanto a los agentes como a los ciudadanos.

Descubre tu próxima oportunidad de fidelización

Este es realmente un momento muy importante para cualquier organización del sector público que desee aprender del sector privado.

Nuestro white paper, [Seis nuevas oportunidades de fidelización ciudadana que puedes aprovechar](#), ofrece más consejos y buenas prácticas. En su interior descubrirás cómo mejorar tus interacciones con los ciudadanos, facilitar la vida de los agentes y proteger a ambos, con estrategias y tecnologías que ya han sido puestas a prueba por algunas de las mayores marcas del mundo.

Tags: [Autenticación Biométrica](#), [Prevención de fraude](#), [Asistente Virtual Inteligente](#), [Servicios Públicos](#)

More Information

Descarga nuestro Whitepaper

En su interior descubrirás cómo mejorar tus interacciones con los ciudadanos, facilitar la vida de los agentes y proteger a ambos, con estrategias y tecnologías que ya han sido puestas a prueba por algunas de las mayores marcas del mundo.

[Download](#)



About Tony Lorentzen

Tony, que cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector tecnológico, trabaja en Nuance desde hace 17, donde es vicepresidente de Intelligent Engagement Solutions dentro de la división Enterprise. Previamente lideró varios equipos en la compañía, incluyendo Ingeniería de Ventas, Consultoría de Negocio y Product Management. Con su experiencia, Tony lleva las soluciones de Nuance al mercado empresarial, asociándose con los clientes para garantizar que las implementaciones generen un verdadero retorno de la inversión. Antes de Nuance, trabajó en Lucent y Verizon, donde dirigió equipos que aplicaban las últimas tecnologías para resolver problemas empresariales complejos. Tony se licenció en la Universidad de Villanova y obtuvo un MBA en el Dowling College.



[View all posts by Tony Lorentzen](#)