

CX Connect desvela el poder de la IA para automatizar, analizar y personalizar la experiencia del cliente

Cerca de 200 profesionales de 70 empresas participaron en el principal evento anual de Sprinklr España

Sprinklr (NYSE: CXM), la plataforma unificada de gestión de la experiencia del cliente (Unified-CXM), celebró el pasado jueves en Madrid su principal evento anual en España: CX Connect 2024.

Los cerca de 200 asistentes de 70 empresas descubrieron durante los debates e intervenciones cómo la Inteligencia Artificial (IA) está facilitando la automatización, la analítica y la personalización de las interacciones con los clientes en todos los canales, mejorando el conocimiento, la toma de decisiones y la capacidad de respuesta no solo en CX sino también en Marketing, Ventas y Servicio Postventa.

Redefiniendo interacciones

Carlos Sentís, CEO de World Innovation Alliance y Consejero de IA, destacó que "aunque la IA es una tecnología transformadora, aún no conocemos completamente su verdadero impacto. Y debemos seguir de cerca su evolución, probarla y elaborar una estrategia para rehacer los procesos de negocio y las interacciones con los clientes".

Héctor Premuda, Asesor y Couch y reconocido gurú del CX apuntó que "la IA está redefiniendo la relación entre las personas y las marcas. Pero resulta necesario analizar bien los datos para conocer al cliente e identificar incidencias", siendo imprescindibles las herramientas de text analytics y speech analytics y el uso de algoritmos que ayuden a conocer el Net Promoter Score predictivo (p-NPS) para reconocer a los clientes más insatisfechos y actuar con celeridad.

Por su parte, Natalie Costumero, Global Head of Social and Influencer Marketing en FEVER, explicó cómo el social media puede llevar al hipercrecimiento: "Hacemos performance insights para saber cómo el usuario interactúa con la marca y análisis de feedback y del contenido creado por los usuarios. Y es así como generamos nuevo producto basado en el dato".

Análisis de sentimiento

Repsol y BBVA fueron dos de las empresas usuarias de la plataforma Sprinklr que analizaron el presente y el futuro de la atención al cliente digital. Carlos Lara, Digital Communications en Repsol, destacó la importancia de "tener el mayor feedback posible para analizar los sentimientos de los clientes y poder actuar con éxito" mientras Saúl Rodríguez Sánchez, Responsable de Comunicación

Online y Redes Sociales en BBVA, apuntó "la necesidad de configurar un customer journey para todos los canales de comunicación y conocer al cliente, saber verdaderamente quién está detrás".

Los portavoces de ambas empresas, que han integrado ya la IA como una 'commodity', defendieron que solo con ese conocimiento y análisis de sentimiento es posible responder a los clientes con inmediatez, sentido común y de manera personalizada.

Gemelos digitales, replicando la marca

Los consultores de Sprinklr Violeta Vilaseca y Edgar Galindo presentaron Digital Twins, una réplica digital de la marca, los equipos y los empleados. Esta innovadora tecnología impulsada por la IA+ de Sprinklr constituye la siguiente generación del CX al poder realizar tareas complejas: no solo potencia las conversaciones, sino que también puede tomar decisiones, planificar acciones, diseñar flujos de trabajo y ejecutar tareas con una velocidad y eficiencia inigualables.

El evento continuó con la intervención de Pilar Blasco, Head of Banking, Telco, and FSI en Veridas, quien desveló la importancia de verificar la identidad digital a través de biometría de voz en diversos casos de uso, incluyendo la atención al cliente. Francisco Parra, Director de Transformación y Estrategia de Movistar Prosegur, Jordi Capdevilla, CMO de Seedtag, y Borja Lizárraga, Managing Director de Accenture Song, completaron la jornada con sus reflexiones sobre el futuro de la experiencia de cliente y el employee advocacy.

"El mercado está pidiendo innovación tecnológica y la IA es la fórmula mágica para optimizar la atención al cliente en todos los canales mediante experiencias hiperpersonalizadas. Estamos convencidos de que el próximo año veremos en CX Connect cómo muchas más empresas españolas apuestan por aprovechar la IA para superar las expectativas de unos clientes cada vez más exigentes", concluyó Luis Miguel Alcedo, Director General de Sprinklr España.

Datos de contacto:

Sara Torres
Ejecutiva de cuentas
+34 919 266 280

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Comunicación Marketing](#) [Madrid](#) [Eventos](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>