

El rol de la Inteligencia Artificial en la Experiencia de Cliente según GDS Modellica

Las mejoras en la Inteligencia Artificial repercuten en una Experiencia del Cliente renovada, fortalecida y personalizada que da una respuesta eficaz, inmediata y permanente. La disponibilidad, flexibilidad y capacidad permanente de dar respuesta ha favorecido la interacción de los chatbots con los clientes de manera ágil, eficiente y eficaz

La Inteligencia Artificial (IA) se impulsó durante la pandemia, pasando de ser una herramienta de moda a una estrategia imprescindible. Las empresas han incorporado soluciones digitales para afrontar con mayor capacidad los obstáculos del confinamiento y de la desescalada. Según KPMG el crecimiento medio del gasto en IT de las marcas, aumentó en un 5% en EEUU durante los tres primeros meses de la pandemia, es decir unos 15.000 millones de dólares más cada semana.

La inversión en IA se canalizó especialmente en la Customer Experience (CX), la optimización de costes y la eficiencia operativa. Unas implementaciones basadas en soluciones digitales encaminadas a fortalecer la resiliencia empresarial per se, a superar de manera efectiva los desafíos a través de la optimización de la experiencia del cliente y a generar un crecimiento del negocio, al ahorrar tiempo y dinero. Los programas de Inteligencia Artificial han supuesto un salto cualitativo a la hora de recopilar y analizar con rigurosidad los datos de ubicación, historial de búsqueda, tiempo (días, fechas, horas) o productos/servicios adquiridos, una información con un enorme potencial y valor en las estrategias empresariales que mejora las interacciones y personaliza la experiencia con los clientes.

La información obtenida de los datos permite conocer a los clientes y en consecuencia personalizar y automatizar procesos. Desde GDS Modellica enumeran algunas ventajas y desafíos que mejoran la experiencia del cliente: respuesta eficaz e inmediata a los clientes; capacidad de conocer dónde pasan los clientes más tiempo, implementar los soportes de respuesta automática 365/ 24 horas, comprensión de los hábitos de los clientes, capacidad de identificar los puntos débiles, ofrecer respuestas rápidas y precisas, mejorar la ubicación y contenido y, por último, emular la conversación humana.

La disponibilidad, flexibilidad y capacidad permanente de dar respuesta ha favorecido la interacción de los chatbots con los clientes de manera ágil, eficiente y eficaz. En definitiva, una experiencia más fluida y mejor con el cliente, una personalización y una automatización de los procesos de interacción. La captura y procesamiento de los datos garantizan la calidad de la información. Una automatización inteligente de los procesos robóticos, (RPA) utilizada, en muchos procesos de negocio, para mejorar la experiencia del cliente, lograr la excelencia operativa, simplificar la gestión de riesgos globales y cumplir la normativa. El enrutamiento inteligente optimiza los recursos, elimina los cuellos de botella y, sobre todo, reduce el tiempo y los pasos hasta la resolución.

En el caso de las entidades financieras, la tecnología permite análisis avanzados y nuevas formas o técnicas de gestión de riesgos. En concreto, el High Performance Environment de GDS MODELICA proporciona un alto nivel de ejecución y almacenamiento de datos con costes inferiores y de forma

más rápida, lo cual permite un mejor soporte a las decisiones de riesgos e integración de procesos. En un mercado actual, complejo y dinámico es necesario que quienes prestan dinero utilicen todos los datos disponibles para comprender mejor el comportamiento del cliente. Esta información permite a los bancos aprovechar al detalle los pagos de los clientes, el comportamiento del gasto, la presencia en los medios sociales e incluso la actividad de navegación online en la toma de decisiones de riesgo.

Las capacidades de la IA están encaminadas a beneficiar a los clientes, obtener un mayor rendimiento, productividad y compromiso.

Además de la incorporación de estrategia digital, la pandemia ha puesto de manifiesto nuevas formas de conectarnos, el valor de las interacciones, la inteligencia emocional y la empatía. Las experiencias se han tornado más personalizadas y los servicios más interconectados. La IA ha evolucionado de manera considerable facilitando el análisis de voz y permitiendo la comprensión en tiempo real del sentimiento o de las emociones del cliente. A su vez, en forma de speech analytics (o análisis conversacional), proporciona información sobre el cliente en tiempo real y, en última instancia, un análisis predictivo que permite a las empresas tomar una posición proactiva ante sus clientes en lugar de reactiva. Una apuesta decidida para aumentar la satisfacción, lealtad gasto del cliente gestión flujo eficaz gracias a los conocimientos adquiridos.

GDS MODELICA:

GDS Modellica es una empresa que provee de tecnología - analítica y de gestión de decisiones, así como consultoría especializada en los procesos de riesgo de crédito. La compañía ayuda las organizaciones a potenciar el proceso de toma de decisiones interconectadas en cada etapa del ciclo de vida del cliente generando relaciones rentables con los clientes gracias a su conocimiento, tecnología y mejores prácticas de la industria. GDS Modellica lleva más de 16 años colaborando con éxito para cientos de instituciones financieras, minoristas, aseguradoras y diversos sectores en más de 36 países. <https://www.gdsmodellica.com>

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

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

Categorías: [Nacional Finanzas Inteligencia Artificial y Robótica Marketing Turismo Emprendedores Ciberseguridad Recursos humanos Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>