

El talento humano y la Inteligencia Artificial se unen para ganar eficacia, agilidad y solidez en la Experiencia de Cliente

El año pasado la inversión tecnológica aumentó 13 puntos con respecto a 2022, representando un 72% del coste total de las organizaciones (excluyendo el gasto en personal), según el Estudio de Mercado 2023 de la Asociación CEX (Asociación de Compañías de Experiencia con Cliente). Dentro de Konecta, la IA actúa como un asistente de información contextual que, en función de la conversación con el cliente, facilita la información adecuada de productos y servicios y ofrece recomendaciones al agente

La llegada de la Inteligencia Artificial Generativa (GenAI) ha marcado un antes y un después, prácticamente, en todos los sectores, incluyendo el de customer experience (CX), donde ya se está consiguiendo un aumento de calidad de servicio y eficiencia operativa gracias a la aplicación de esta innovación tecnológica.

La adopción de la Inteligencia Artificial es una apuesta segura para crear una mejor experiencia de usuario que consiga empatizar con el cliente y crear un vínculo más fuerte, por lo que muchas organizaciones trabajan por conseguir la implementación de sistemas impulsados por IA. De hecho, el año pasado la inversión tecnológica supuso 13 puntos más que en 2022, representando un 72% del coste total de las organizaciones (excluyendo el gasto en personal), según el Estudio de Mercado 2023 de la Asociación CEX (Asociación de Compañías de Experiencia con Cliente).

En el caso de Konecta -empresa multinacional que brinda soluciones de Customer Experience en todo el mundo a más de 500 clientes a través de sus más de 130.000 colaboradores-, la compañía cuenta con 'tech hubs' en los que se trabaja en desarrollos de automatización, robotización, servicios digitales, Big Data e Inteligencia Artificial. De esta manera, Konecta trabaja en el diseño de casos de uso en IA para aplicarla en todos los ámbitos en los que pueda optimizar sus operaciones, así como integrarla como una herramienta de soporte interno para generar una buena experiencia de cliente que sea ágil y eficiente.

Para aquellos colaboradores que atienden a clientes de sectores complejos, como la banca y las telecomunicaciones, la Inteligencia Artificial aporta un nuevo valor, acompañando al profesional como un asistente de información contextual que, en función de la conversación con el cliente, ofrece datos adecuados de productos y servicios, además de emitir recomendaciones. De esta manera, el agente también puede centrarse en ofrecer al usuario un trato más empático y cercano.

Por su parte, Jorge del Río, CIO de Konecta, aclara que "el servicio de customer experience no significa simplemente atender llamadas ni vender por teléfono, sino conectar con los clientes, empatizar con ellos. Y, esa empatía, más relacionada con las soft skills, no puede ser desempeñada por los sistemas de Inteligencia Artificial". Asimismo, insiste en que "el talento humano es crucial para

manejar la transición hacia sistemas automatizados y basados en Inteligencia Artificial. La automatización al 100% de un puesto de asistente nunca será posible, puesto que hay muchas personas que no quieren ser atendidas por un robot y tienen derecho como consumidores a comunicarse con otra persona". Por eso, Konecta implementa todos sus avances en este campo buscando un equilibrio entre la IA y el trato humano, persiguiendo la mejora de la experiencia, tanto de los agentes como de los clientes, al crear interacciones más eficientes y simplificadas, y ofreciendo soluciones integrales que combinan personas y tecnología.

En una industria en la que el consumidor demanda un servicio sencillo, inmediato y personalizado, y las empresas buscan un partner que les aporte agilidad, compromiso y confianza, Jorge del Río indica que desde la compañía "apostamos por centrar la estrategia tecnológica en dos pilares fundamentales: ayudar a las empresas clientes a alcanzar sus objetivos de negocio, y ofrecer una mejor experiencia de usuario. Desde Konecta, se lucha por construir un contact center más digital, más flexible, y más seguro".

La integración de la Inteligencia Artificial en los contact center es más que una tendencia; es una revolución que está transformando la manera en que se interactúa con los clientes. Al mejorar la eficiencia operativa, personalizar la experiencia del cliente y optimizar el rendimiento de los agentes, la IA está redefiniendo lo que significa brindar un servicio excepcional. Por eso, del Río insiste en que "es imprescindible saber convivir con las máquinas para aprovechar las oportunidades que brindan y, aún más, cuando se trata de la Inteligencia Artificial. Esta tecnología ha llegado para quedarse y continuará evolucionando a un ritmo desenfrenado. Por eso, es importante aprender a dominarla para explotar al máximo su potencial, sin comprometer la privacidad de los clientes, así como los datos corporativos".

Datos de contacto:

Lucia Duran
Trescom
638622084

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

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Madrid](#) [Ciberseguridad](#) [Recursos humanos](#) [Innovación Tecnológica](#) [Digital](#) [Actualidad Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>