

Las herramientas de IA incrementan hasta en un 50% los clientes potenciales en los procesos de ventas

El estudio realizado por Ringover también revela que los equipos de atención al cliente que han utilizado ya herramientas de IA resolvieron, de media, un 14% más de incidencias por hora. Además, las empresas podrían ahorrar más de 89.000 millones de dólares al año si sus equipos de ventas utilizaran esta tecnología

Un estudio realizado por Ringover afirma que la IA puede ayudar a los equipos de marketing y ventas a ahorrar tiempo y dinero, trabajar de forma más eficiente y mejorar las ventas. La investigación, realizada entre profesionales y empresas del ámbito de las ventas y el marketing a nivel global, destaca que se observó un incremento del 50% en el número de clientes potenciales con el uso de soluciones de IA. Además, estas herramientas ayudaron a los equipos de atención al cliente a aumentar en un 14% la cantidad de problemas resueltos por hora.

El informe también prevé un gran crecimiento para este tipo de tecnologías. Así, el tamaño del mercado global de la IA alcanzará los 1,8 billones de dólares en 2030 y el de los chatbots llegará a los 1.250 millones en 2025. De hecho, el 23% de los profesionales del marketing ya utilizan la IA en su día a día profesional, mientras que en el ámbito de las ventas el porcentaje es de un 21%.

La automatización de tareas y procesos se ha revelado como una de las principales ventajas de la IA para las empresas, permitiéndoles ahorrar tiempo y dinero. El estudio de Ringover estima también que las compañías podrían ahorrar unos 89.000 millones de dólares cada año si los equipos de ventas utilizaran esta tecnología para tareas mundanas y repetitivas, como el registro de datos, que actualmente ocupan el 70% de su tiempo. Además, un tercio de los especialistas en marketing cita el ahorro de tiempo como el principal beneficio que aportan estas soluciones.

La IA también implica riesgos que las empresas conocen y se esfuerzan por minimizar. Entre ellos, destacan los relacionados con la ciberseguridad (señalado por el 55% de los encuestados), el cumplimiento normativo (36%) y la privacidad (28%).

"En los últimos tiempos, hemos asistido a una explosión de herramientas de IA que ha traído múltiples ventajas para todo tipo de empresas, como un ahorro de tiempo y dinero o una mayor eficiencia en los procesos", señala Johanna Arias, Country Manager para España & LATAM en Ringover. "En Ringover creemos que todos podemos beneficiarnos de las ventajas que aporta esta tecnología y, por ello, la ponemos al servicio de nuestros clientes con herramientas como Empower, que pueden ayudar a los equipos de ventas y marketing a lograr sus objetivos de forma más ágil".

Teniendo en cuenta todo este contexto, Ringover ha lanzado recientemente Empower, su innovadora solución de IA conversacional. Se trata de una solución de software que integra la IA en todos los puestos de trabajo encargados de interactuar con los consumidores, optimizando así la relación con ellos y mejorando las estrategias comerciales. Diseñada para revolucionar el análisis conversacional y

permitir a cualquier empresa acceder al potencial de la IA para mejorar sus relaciones con los clientes, esta herramienta es capaz de identificar las respuestas correctas que deben dar los agentes a los clientes en cada caso, analizar su rendimiento, mejorar su formación, trabajar en sus discursos de venta, etc. Todo ello para ofrecer un servicio cada vez más personalizado y efectivo.

El departamento de Inteligencia Artificial de Ringover lleva trabajando más de dos años en el desarrollo de soluciones de IA propias y, desde 2022, la empresa ya incorpora funcionalidades de IA en su módulo de transcripción de llamadas y mensajes de voz, en varios idiomas.

Datos de contacto:

Marta Barba
Archetype
915619415

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

Categorías: [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>