

Conversa.ai

Powered by: **REZO.AI**



Outcome



**Plataforma AI para
Conversación Digital con el
Cliente Conectado.**



Plataforma AI para automatizar la conversación digital del cliente a través de canales como WhatsApp

La inteligencia artificial (AI, por sus siglas en inglés) ha sido un término que se ha utilizado en exceso, y en algunos casos, es un nombre que se le ha aplicado a un sistema que está programado para responder preguntas basado en reglas fijas. Una verdadera plataforma de Machine Learning de IA con capacidades de lenguaje natural no tiene que depender de la programación basada en reglas. En su lugar, utiliza continuamente los datos para obtener acceso a la información y mejora automáticamente con cada nueva conversación, lo que da como resultado una respuesta más precisa y confiable. Junto con el Natural Language Processing, interpretará el lenguaje del cliente y reconocerá su intención (en lugar de confiar en palabras clave) para brindar respuestas e ideas significativas y precisas.

La IA tiene un sinnúmero de aplicaciones, como en el reconocimiento de voz, automóviles y drones inteligentes, dispositivos domésticos inteligentes, identificación de enfermedades, descubrimiento de medicamentos, seguridad, vigilancia, entre otros. La inteligencia artificial en customer communication management (CCM) ha ganado mucha tracción a medida que las empresas se han centrado en mejorar la experiencia del cliente, la lealtad, la reputación de la marca, y el trabajo hacia la asistencia preventiva. Sin embargo, la implementación de IA para CCM aún debe acomodarse en el contexto empresarial específico de una empresa. La gran cantidad de datos de conversación de los clientes, el tener que llamar a varios sistemas y procesos backend, SOP operacionales, son principalmente las entradas para la capacitación de los modelos para CCM. Esta integración requerirá planificación y tiempo para la adaptación e integración.

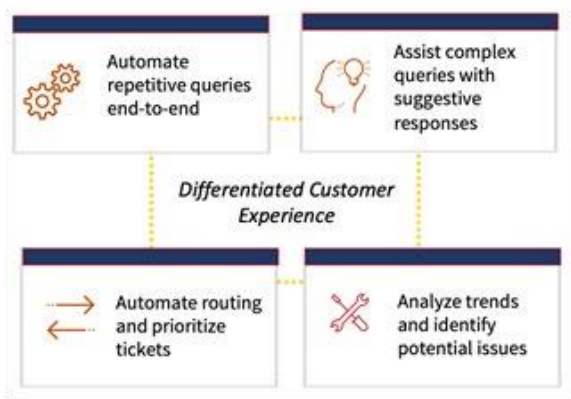
IA Omni-Canel

Uno de los mayores desafíos al implementar IA es la consistencia en todos los canales de comunicación. Hoy en día, las empresas adaptan múltiples canales de comunicación con el cliente relacionados con marketing, ventas y relaciones de servicio como chat en línea, WhatsApp, redes sociales, correo electrónico, CRM e incluso asistentes de voz como Amazon Alexa o Google Assistant.



Muchos de los sistemas de aplicaciones en paquete que una empresa ya utiliza como Salesforce o los sistemas de chat en línea ya cuentan con AI incrustado dentro de un paquete existente. ¿Debe su organización implementar múltiples plataformas de AI, para cada uno de los canales de comunicación, o solo una plataforma que funcione para todos los canales?

Creemos que elegir una plataforma de inteligencia artificial para el rendimiento de todos los canales y que se especialice en conversaciones comerciales y de consumidores para marketing, soporte, ventas y servicios es la elección correcta. Este camino ayudará a su organización a implementar más rápidamente, minimizar la curva de aprendizaje y comunicarse de manera consistente a través de la experiencia Omni Canal de su cliente.



La técnica “El Mago de Oz”

En el futuro inmediato, los seres humanos jugarán un papel importante en la implementación de su IA. La pregunta es cuánta interferencia humana será necesaria y si los humanos pueden jugar un papel menor con el tiempo. Esto a veces se conoce como la “técnica de mago de Oz”.

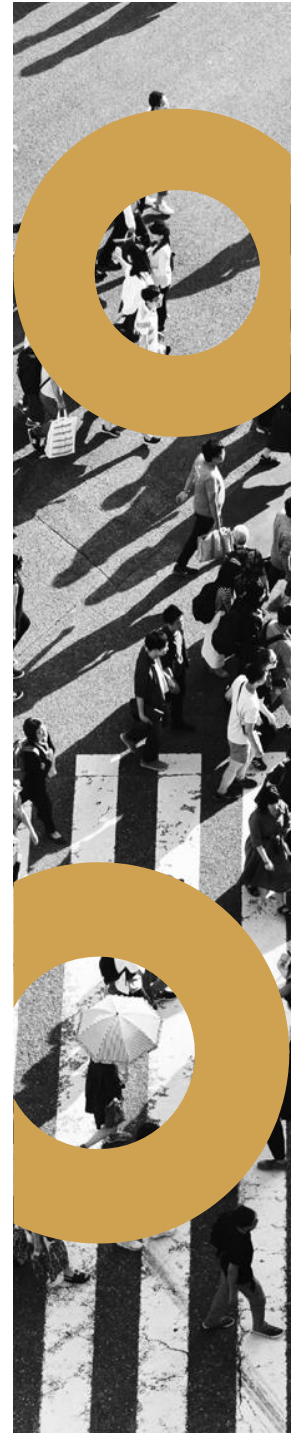
Los modelos de IA imitan el cerebro humano. Una vez capacitado en la información correcta, la plataforma puede comenzar a predecir resultados y optimizar las operaciones. El modelo de IA se entrena en conjuntos específicos de datos para aprender qué es normal, qué no, cómo interpretar y cómo responder.

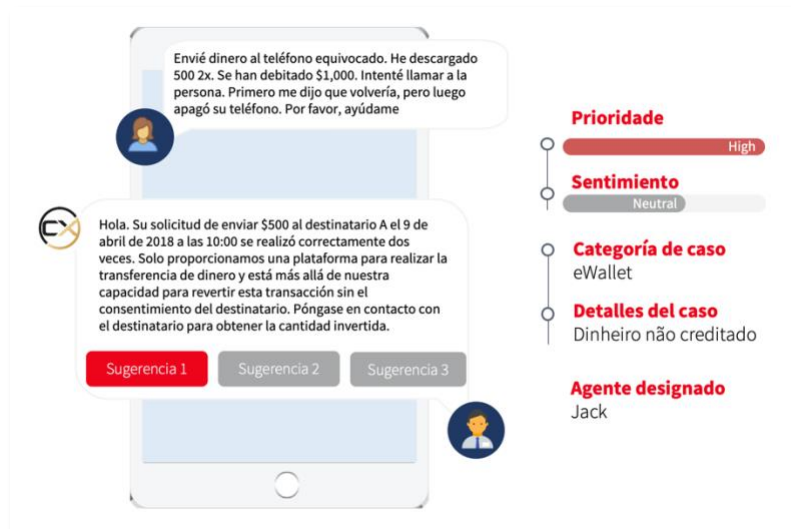
Los metadatos históricos se utilizan para entrenar la plataforma de IA. El atractivo de IA es que una vez entrenado en los metadatos correctos; la plataforma puede comenzar a predecir respuestas.

El objetivo de la organización debe ser tomar decisiones más inteligentes y rápidas y comprender dónde la IA puede ayudarlo a lograr mejores resultados, aumentar la satisfacción del cliente, reducir costos, escalar operaciones y tener una experiencia del cliente mejor y más personalizada.

Un segmento creciente de consumidores está compuesto por Millennials (grupo de edad entre 23-38 años) y GenZ (grupo de edad entre 7-22 años). Los millennials se comunican y consumen datos de hasta tres dispositivos con un período de atención de 12 segundos. Por otro lado, la generación Z consume y comunica datos de hasta cinco dispositivos con un período de atención de 8 segundos. Los agentes están bajo una presión constante para resolver las inquietudes de los clientes y satisfacer sus expectativas. Una iniciativa de AI exitosa libera a los agentes de realizar tareas repetitivas y también ayuda a guiar a los agentes para que resuelvan conversaciones más complejas de forma rápida y precisa, lo que se traduce en mejores experiencias para los clientes.

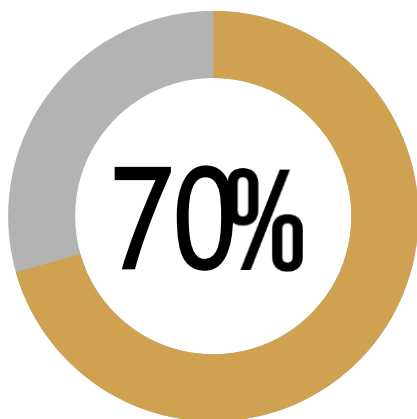
Hay dos técnicas importantes que ayudan a las organizaciones y los agentes a proporcionar una excelente experiencia al cliente. El primer es el modo Co- Piloto, reduce el tiempo de respuesta para el agente al sugerir respuestas basadas en la consulta del cliente. Los agentes eligen / editan las respuestas sugestivas apropiadas y responden apropiadamente. El sistema aprende con cada interacción y mejora su nivel de confianza para la siguiente interacción. El segundo es el modo Piloto Automático, es cuando la plataforma IA se capacita con el tiempo, comienza a proponer respuestas sugestivas automáticamente una vez que el sistema alcanza el 95% más confianza.





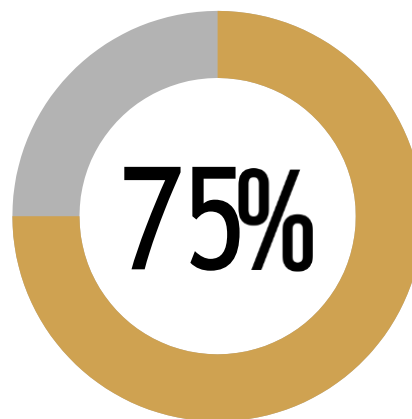
Finalmente, para tener un compromiso contextualizado y genuino con un cliente, la plataforma de IA debe ser capaz de reunir interacciones de los datos del consumidor de todos los canales de comunicación. Por ejemplo, un consumidor puede iniciar una interacción con un negocio en el sitio web de la empresa. Y en las próximas veces podrían estar interactuando con la aplicación móvil de la empresa, las redes sociales o una aplicación de mensajería como WhatsApp o Messenger. Además, cuando implementa una verdadera plataforma Omni Canal, el motor de machine learning se educará más rápido, de modo que la próxima vez pueda responder sin intervención humana.

Los clientes prefieren
Experiencia Contextualizada



El 70% dijo que sus experiencias conectadas, por ejemplo, interacción contextualizada basada en interacciones anteriores - son muy importantes

Los clientes esperan
Experiencia Omnicanal

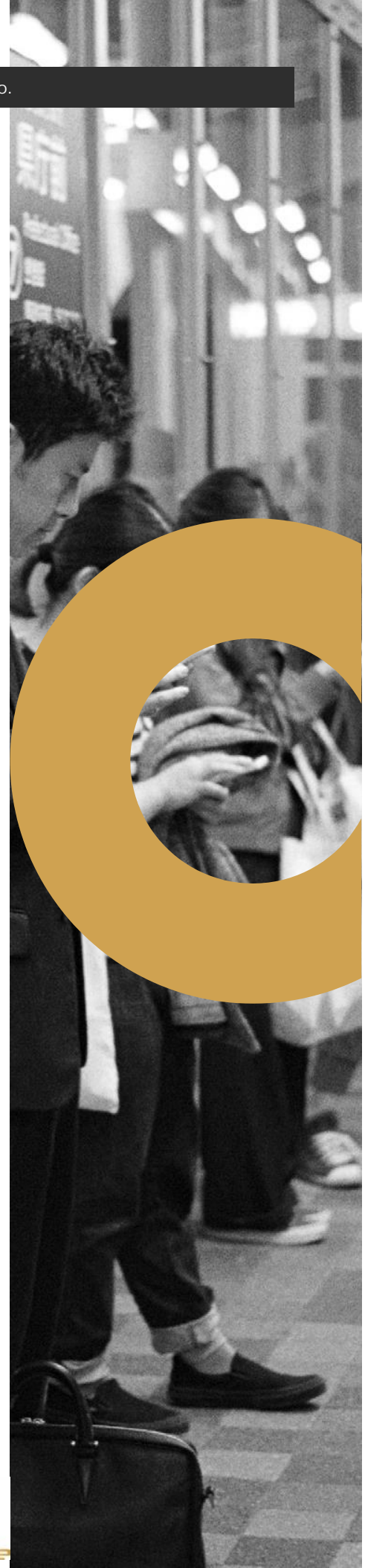


El 75% espera experiencias consistentes en múltiples canales (WEB, Móvil, Chat, Media social)

Entendiendo la conversación

“Conversational Search” es el término dado para contextualizar y comprender una conversación completa. El procesamiento del lenguaje natural es la tecnología utilizada para comprender el lenguaje conversacional natural del ser humano. La búsqueda basada en palabras clave (keywords) es la opción predeterminada para la mayoría de las plataformas de AI. La búsqueda basada en palabras clave desglosa una consulta en términos esenciales, eliminando palabras de conexión innecesarias como “cómo”, “y”, “el” y así sucesivamente. Cuando se utiliza una solución de procesamiento de lenguaje natural, se puede preguntar: “¿Quién es el 43º presidente de los Estados Unidos?”, El motor de la NLP devolverá “George W. Bush”. El cliente puede continuar con una pregunta: “¿Qué es su edad?” y la plataforma de la NLP comprenderá, de consultas anteriores, que se refiere a la de George W. Bush. Ahí radica la diferencia entre las plataformas IA NLP y Keyword. Si implementa AI con la búsqueda de palabras clave, prepárese para asignar un equipo de personas para crear y actualizar el sistema diariamente.

La interacción contextualizada y el soporte de Omni Canal son fundamentales, pero no se puede subestimar la importancia del Natural Language Processing. NLP es la tecnología utilizada para ayudar a la Plataforma AI para entender el lenguaje natural del humano. NLP y machine learning trabajan juntos para leer, descifrar, entender la jerga, los dialectos y reconocer el lenguaje único de la Marca (palabras especiales, abreviaturas o jergas), e interpretar la manera en que los humanos hablan de una manera que sea valiosa para la conversación. Funciona mediante la aplicación de algoritmos para que pueda identificar y extraer lenguaje natural no estructurado para convertir los datos en una forma que una computadora lo pueda entender. Natural Language Processing desempeña un papel fundamental en la comunicación con el cliente Omni Canal. Si una empresa implementa múltiples soluciones de punto de IA que contienen diferentes algoritmos, los resultados no serán consistentes en todos los canales de conversación. El objetivo debe ser comprender el idioma del cliente de manera coherente en todas las plataformas (sitio web, chat, plataformas de mensajería, etc.) y tener una experiencia consistente.

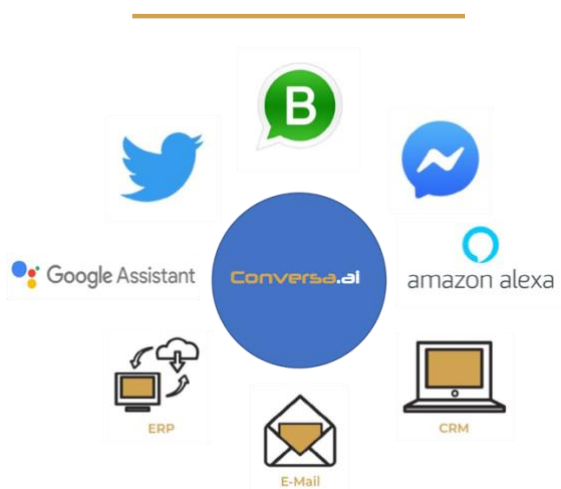


Tendencias del Consumidor

Los estudios revelan que el 81% de todos los clientes intentarán atender las consultas por sí mismos antes de contactar a un representante en vivo. Otras investigaciones como el “Estado del cliente conectado” de Salesforce menciona que el 80% de los compradores comerciales y el 64% de los consumidores esperan que las empresas respondan e interactúen con ellos en tiempo real. Lograr interacciones en tiempo real ciertamente tiene muchas implicaciones en la forma en que uno gestiona el soporte al cliente y las herramientas innovadoras que terminan empleando. Su empresa no ahorrará dinero si sus respuestas automáticas no resuelven realmente las consultas de los clientes y que en cambio terminan duplicando los procesos de soporte. Según un estudio realizado por Facebook, los consumidores envían mensajes a empresas para obtener información sobre un producto o servicio (83%), para obtener asistencia (76%) y para realizar una compra (75%).

Deleitar a los clientes y mejorar la eficiencia operativa es un resultado que todas las marcas desean lograr. Al implementar IA en todos sus canales de comunicación, logrará tiempos de resolución más rápidos, una mejor experiencia de marca aumentará la productividad de los agentes y reducirá los costos.

Una estrategia de servicio al cliente convencional tiene que ver con agregar recursos que, como hemos visto, no es escalable. Agregar decenas de personas es fácil, cientos son dolorosas y miles es un problema de escalabilidad. La intervención tecnológica puede resolver este problema de escalabilidad, pero algunas tecnologías de inteligencia artificial tienen sus límites. El valor real se activa cuando la tecnología y la inteligencia artificial se utilizan en conjunto, lo que ha demostrado ser la verdadera diferencia. Independientemente del tamaño de su organización, la Inteligencia Artificial de Machine Learning asistida por Natural Language Processing pronto formará parte de sus operaciones diarias, ya sea implementada dentro de su organización o como consumidor.



Oscar Vazquez — Fundador and CEO, CX Outcome

Soy el fundador y CEO de CX Outcome con más de 25 años de experiencia en la estrategia de negocios de Customer Communication Management y mercados de software. Antes de fundar CXOutcome, dirigí equipos de CCM para Pitney Bowes y HP. Me pueden contactar por correo electrónico a oscar.vazquez@cxoutcome.com. CX Outcome ayuda a la organización B2C en América Latina a crear un notable resultado de experiencia al cliente. Nuestras soluciones satisfacen las necesidades de los clientes conectados de hoy y las necesidades de las empresas para reducir los costos de los centros de contacto.

Rashi Gupta (PhD.) — Co- Fundador Rezo.AI

Rashi Gupta tiene una experiencia combinada en la investigación, académico, empresarial y el espíritu empresarial. Obtuvo su doctorado en la Universidad de Helsinki, Finlandia, en el campo del Modelado Aplicado con datos genómicos (biometría), seguido de un período como Profesor Asistente en la Universidad Jawahar Lal, Delhi. Rashi se dio cuenta rápidamente del potencial de aplicar modelos genéticos en el mundo corporativo durante su carrera en AbsolutData y WNS, luego de haber cofundado Rezo.AI con la visión de cerrar la brecha entre clientes y empresas.

Manish Gupta — Co- Fundador Rezo.AI

Manish Gupta se ha desempeñado en los roles de tecnología, gestión de productos y preventa en los últimos 20 años en los espacios de movilidad, soluciones empresariales, SaaS y hospitalidad. Antes de cofundar Rezo.ai, Manish fue CTO con RateGain, una de las principales compañías mundiales de SaaS en el ámbito de la hospitalidad. En avatares anteriores, Manish ha trabajado con GlobalLogic y Spice Mobility, trabajando estrechamente con clientes empresariales en todo el mundo. Manish obtuvo su título de ingeniero en el espacio de Matemáticas e Informática de IIT Delhi.

The logo for REZO.AI features the text "REZO.AI" in a bold, white, sans-serif font. The letters are contained within a red rectangular border that has a slight 3D effect, with the top and bottom edges appearing slightly raised.