



Escucha activa

BUSINESS SOLUTIONS





Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial ha sido uno de los principales temas de conversación en los últimos años, tanto desde el punto de vista tecnológico como de negocios, sin dejar atrás el impacto que tendrá sobre la forma en que los humanos interactuaremos, haremos nuestro trabajo y estaremos interconectados.

A partir del año 2016 y con el lanzamiento comercial y masivo de Watson de IBM, se ha acelerado la adopción de las capacidades de Inteligencia Artificial en el mundo de los negocios, al hacerse más accesibles las herramientas para el desarrollo de aplicaciones basadas en IA y gracias al hecho de poder contar con acceso a las mismas en la nube, en muchos casos de forma inmediata y sencilla.

¿Qué es Inteligencia Artificial? La podemos definir como la rama de la ciencia de la computación que busca que las máquinas emulen la forma en que el ser humano entiende, procesa y razona sobre una base de conocimiento dada (es decir, **datos**), con el fin de generar resultados que permitan a las personas tomar decisiones basadas en varios criterios de precisión.

Inteligencia Artificial

Permite a las computadoras desarrollar métodos para imitar la inteligencia humana

Machine Learning

Sub-componente de la IA que busca que las máquinas mejoren sus tareas basadas en la experiencia

Deep Learning

Sub-componente del Machine Learning, en el cual los algoritmos entrenan a ellos mismos para realizar tareas de reconocimiento de lenguaje e imágenes, explotando las redes neuronales con enormes cantidades de datos

Una de las habilidades más destacables de la Inteligencia Artificial es la de poder analizar y entender datos no estructurados, a diferencia de los otros algoritmos usados en informática.

Un **dato no estructurado** es toda aquella pieza de información sin un modelo predefinido o que no tiene una organización sistemática delimitada. Como ejemplos podemos nombrar: fotografías, videos, documentos de identificación, documentos en pdf, libros, correos electrónicos, clips de audio y facturas de servicios públicos o estados de cuenta bancarios. Actualmente, se estima que el 80% de toda la información disponible corresponde a datos no estructurados, lo cual hace fácil identificar inmediatamente la importancia de tener herramientas que nos permitan desgranar, procesar y adquirir toda la información que se encuentra cruda, pero al alcance, ya que está presente en múltiples procesos de negocio.

La Inteligencia Artificial, por supuesto, también puede procesar datos que tienen un modelo definido y provienen de una fuente específica o un campo determinado en un registro. A éstos les llamamos **datos estructurados**. Ejemplos de ellos son: hojas de cálculo, registros, bitácoras y, en general, bases de datos y archivos de texto con columnas, títulos y etiquetas para un rápido acceso.

Reconocer que los datos son el activo más valioso que poseen las organizaciones, hace que la adopción de soluciones basadas en Inteligencia Artificial sea un tema de "¿Cuándo y cómo debería empezar?" más que de "¿Debería desarrollar soluciones con AI para mi organización?".

Usted, con el acompañamiento de GBM, tendrá la posibilidad de explorar las capacidades antes mencionadas.



Tipos de Datos

ESTRUCTURADOS

Datos que tienen un modelo definido o provienen de un campo determinado en un registro



Precios de Acciones - Base de Datos de compras - Rastreo Web

NO ESTRUCTURADOS

Datos que no tienen un modelo predefinido o no están organizados de alguna manera



Imágenes - Video - Documentos de texto

Escucha Activa de Canales de Servicio al Cliente con Inteligencia Artificial

Su empresa dispone de múltiples canales (digitales y no digitales) por medio de los cuales se le prestan diversos servicios a sus clientes. Algunos ejemplos de ellos son:

- Central telefónica.
- Plataforma de webchat atendida por agentes humanos de servicio al cliente.
- Correo electrónico de ventas, servicio al cliente, buzón de quejas, etc.
- App móvil.
- Asistentes Virtuales (Ver Asistentes Virtuales en el catálogo de soluciones de GBM de IA).

(Ver Colocador de Productos en el catálogo de soluciones de GBM de IA)

¿Qué está sucediendo hoy con cada una de esas interacciones?

Es muy posible que en este momento su empresa esté utilizando muchos de estos canales, lo cual indica que, todos los días, se está generando información del lado del cliente que puede ayudarlo a tener una mejor visión del comportamiento de sus clientes, la percepción que tienen de su empresa y los servicios que le brindan y otro tipo de información que incluso pueden ayudarlo a predecir su comportamiento.

A pesar del gran valor potencial de estos datos, hacer el análisis de esa cantidad de información con un grupo de personas es poco eficiente, sumamente costoso y el volumen de información generada todos los días probablemente superará la capacidad del grupo de personas para procesar, analizar e interpretar los datos, con el objetivo de darle pistas al negocio sobre diferentes cursos de acción.

Afortunadamente, este tipo de procesamiento de datos es ideal para soluciones con Inteligencia Artificial. La Inteligencia Artificial aplicada a procesos de servicio al cliente puede y busca descargar a los agentes humanos de las tareas repetitivas y de poco valor para el negocio. Las máquinas siempre van a superar a los humanos en su capacidad de procesamiento de información, y uno o múltiples algoritmos de escucha activa de canales de atención podrán capturar, clasificar y mostrar información en tiempo real sobre lo que está sucediendo con los clientes, desde quejas por un mal servicio hasta la reacción a una nueva promoción o campaña de ventas. Es en este punto donde debemos aprovechar el "músculo" que nos proveen las máquinas para procesar información, que de otra manera sería técnicamente imposible.



SOURCE: ERIC COLSON

Gracias al Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP, por sus siglas en inglés), hoy tenemos la posibilidad de entrenar a las máquinas para que puedan entender la manera en que los humanos nos comunicamos, de forma inmediata y a un costo muy bajo.

El propósito primario de un algoritmo de escucha activa de canales de servicio es recopilar data y utilizarla para mejorar la experiencia del cliente e informar a las áreas de negocio. Este tipo de soluciones debe permitirle a su empresa:

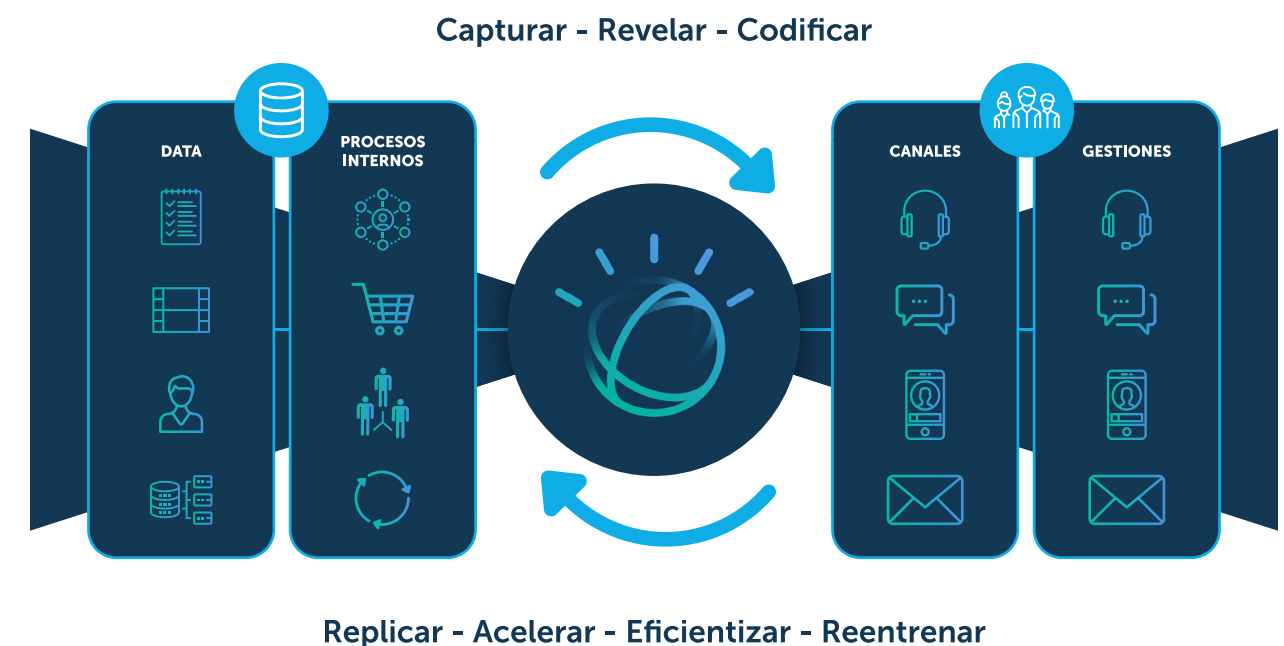
1. Conocer en tiempo la percepción de servicio general o ligada a un proceso específico.
2. Conocer en tiempo real si existen problemas que generen molestias en los clientes.
3. Disparar acciones inmediatas a los departamentos o áreas que estén llevando procesos que impliquen una comunicación con el cliente.
4. Ligar los hallazgos al expediente del cliente, en un CRM o en cualquier otro sistema donde se encuentre la información, en una especie de "ficha" de acontecimientos (positivos o negativos).



La IA puede también ofrecer en tiempo real hechos, tendencias y una visión clara de lo que sea que se esté obteniendo al analizar los datos resultantes de las conversaciones telefónicas y de texto que se están llevando a cabo entre su cliente y sus puntos de contacto, sin necesidad de interrumpir el servicio para hacer estos análisis. Es decir, a diferencia de los procesos tradicionales de análisis de calidad de servicio, se pueden tomar acciones correctivas y de análisis en el momento mismo que finaliza una conversación. Los hechos y un tratamiento objetivo de la data permiten a los líderes de área y su organización tomar decisiones mejor fundamentadas, priorizar acciones y determinar relaciones costo / beneficio con una mayor certeza.

Una vez que la IA es entrenada con un buen nivel de satisfacción (un porcentaje aceptable de certeza), empezará a generar resultados, ayudando a los colaboradores de su empresa y a los encargados de las métricas de Servicio al Cliente en el análisis de diferentes indicadores de servicio, variables que explican el comportamiento de un cliente, claridad sobre aspectos que antes no estaban siendo revelados y también permitirá ir agregando nuevas capacidades de entendimiento, nuevos procesos de negocio que serán atendidos e integración con sistemas transaccionales o informativos.

Al final, utilizando IA para la automatización y digitalización de procesos de atención al cliente, su empresa se asegurará satisfacer a sus clientes de una forma más rápida, efectiva y homologada. También le permitirá realizar las actividades relacionadas a dichos procesos mejor, más rápido y lograr cosas que antes no habían podido hacer.



Su empresa tiene una gran cantidad de información en diferentes formatos, repositorios y bases de datos, los cuales son alimentados por procesos de atención al cliente ya existentes. Dichos datos deben ser capturados y extraídos para revelar la información valiosa y posteriormente convertidos en capacidad de toma de decisiones con un alto nivel de personalización.

La ventaja de la IA radica en el aprovechamiento de los datos que generan todas las interacciones, lo que hará posible el reentrenamiento de la Inteligencia Artificial, buscando la mejora continua, así como asegurar cada vez una mayor eficiencia y replicar los resultados positivos para acelerar la adopción de nuevas soluciones, haciendo natural la transversalidad de soluciones inteligentes a lo largo de toda la organización.

Una solución de Inteligencia Artificial nunca será estática, ya que el ciclo de aprovechamiento de datos permite obtener cada vez más y mejor información y trasladarla a proyectos escalables y soluciones adyacentes que aprovechan las iniciativas anteriormente realizadas. Con una solución de este tipo se sienta una base sobre la cual se crece y se apalanca en la disponibilidad de servicios y funcionalidades en la nube y a la mejora en el desarrollo de las capacidades de los componentes tecnológicos.

¿Cuáles procesos podría mejorar con el uso de Escucha Activa con Inteligencia Artificial?

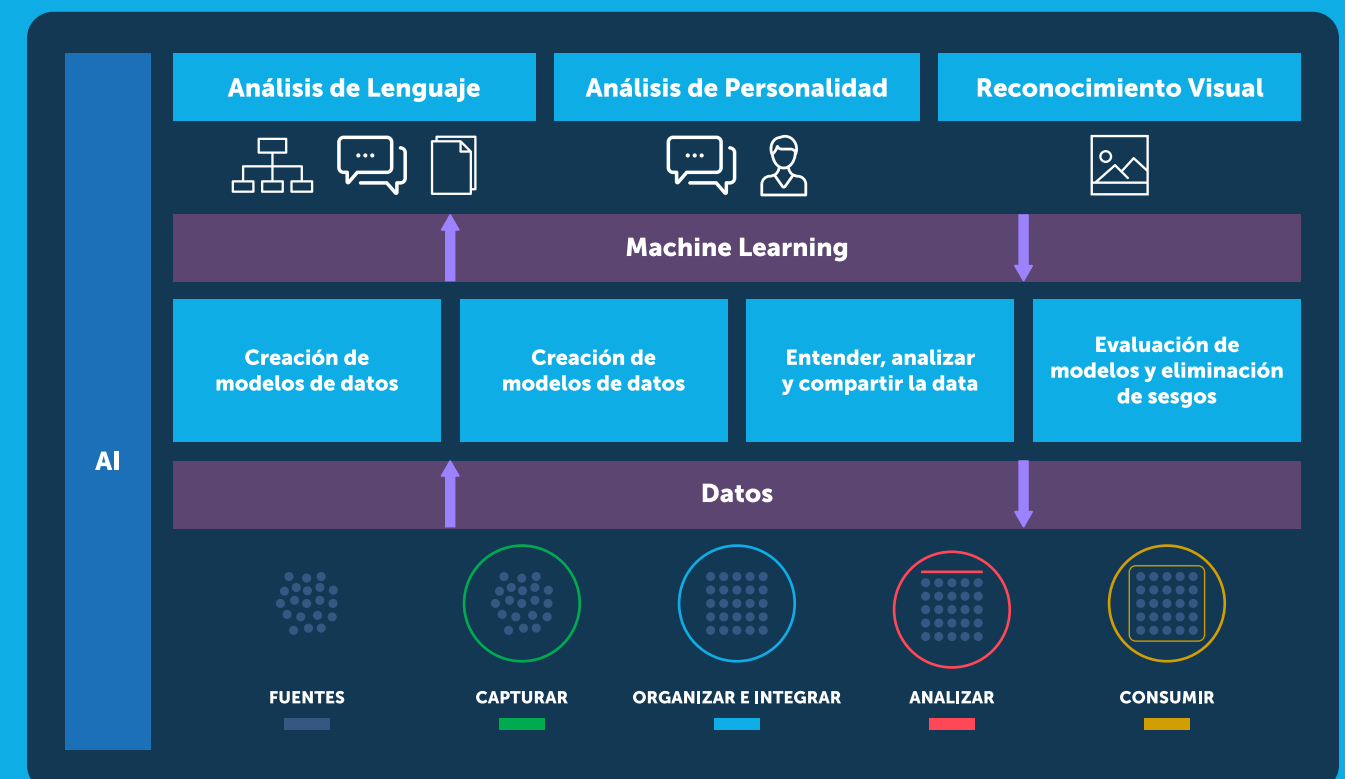
- Alertas sobre atención en sucursales, puntos de ventas, entregas o cobranza.
- Visualización de quejas sobre un departamento en específico o incluso un colaborador que genere insatisfacción de manera recurrente.
- Alertas sobre errores en la prestación de un servicio o rendimiento incorrecto de algún producto.
- Alertas sobre probabilidad de que un cliente abandone (churn).

El ciclo de la Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial aplicada a procesos de negocio debe entenderse como un conjunto de componentes y actividades que deben unirse para generar resultados satisfactorios.

El insumo principal siempre serán los datos, que deben ser gestionados de la siguiente manera:

- Determinar las fuentes de datos y tipos de datos que soportarán la implementación de una solución. Estos datos pueden ser estructurados, semi-estructurados o no estructurados. Las fuentes de datos pueden ser pertenecientes a su empresa o públicas.
- Definir la forma en que los datos serán capturados y en dónde se encuentran.
- Posteriormente, se deben organizar los datos según los resultados que pueden generar y la integración en grupos lógicos similares.
- Se analizan los datos para revelar el valor de la información y aplicar los modelos de Inteligencia Artificial requeridos.
- Por último, se utilizan para lanzar soluciones que permitirán a su empresa mejorar la experiencia de usuario, mejorar el rendimiento financiero, reducir el riesgo, mejorar los indicadores de venta, obtener inteligencia sobre qué, cómo y cuándo los clientes hacen algo y monitorear dicho comportamiento.





Escucha activa
BUSINESS SOLUTIONS

