

Asistentes Virtuales para la gestión de citas y calendarios

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 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 emular 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, enfocándose en generar valor.



Tipos de Datos

ESTRUCTURADOS

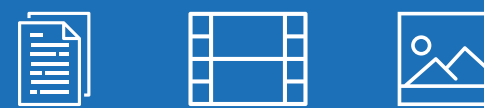
Datos que tienen un modelo definido o provienen de un campo determinado en un registro



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

Asistentes Virtuales para la gestión de citas y calendarios de atención

El propósito primario de un Asistente Virtual es recopilar data y utilizarla para mejorar la experiencia del cliente. Un buen Asistente Virtual debe cumplir al menos con cuatro criterios:

1. Disminuir los tiempos de atención en canales digitales, correo electrónico, aplicación móvil o central telefónica.
2. Disminuir los costos de atención en los canales antes mencionados.
3. Aumentar la eficiencia de los procesos de atención.
4. Mejorar la percepción del servicio.

Las citas para dar servicios a sus clientes son relevantes para la experiencia del usuario y para la adecuada gestión de sus colaboradores, de cara a destinar un espacio de tiempo como el cliente lo merece. Sin embargo, el proceso de la creación y la gestión de las citas con los usuarios, como tal, no genera mayor valor para el negocio, puede ser engorroso y demanda tiempo y recursos que podrían estar destinados a otras tareas. Es por estos aspectos que un Asistente Virtual es la solución tecnológica ideal para automatizar el proceso de atención de consultas, información de disponibilidad de horarios, agendamiento, seguimiento y cambios en citas previamente acordadas.

Gracias al Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP, por sus siglas en inglés), hoy tenemos la posibilidad de entrenar a las máquinas para que puedan conversar con nuestros clientes y usuarios de forma natural y fluida, brindándole información en tiempo real y completando una serie de pasos que aseguren que el cliente obtiene lo que quiere, en este caso, agendar o cambiar una cita, sin necesidad de que tenga que intervenir un ser humano y por múltiples canales de atención.

Los Asistentes Virtuales son un gran aliado de las empresas, tanto para tener conversaciones y atender a los clientes externos, como para atender consultas, transacciones y solicitudes de colaboradores que, objetivamente, también son clientes, que aunque internos, también demandan una buena calidad de servicio y buenos estándares de atención a sus requerimientos.

Un Asistente Virtual para la gestión de citas también puede aplicarse para sus colaboradores, en procesos que lo requieran. Incluso, un mismo Asistente Virtual puede ser entrenado tanto para la atención de clientes externos e internos, sin que esto le genere algún tipo de confusión. Todo depende del correcto entrenamiento del Asistente y de la identificación del interlocutor, para disparar el flujo de atención correcto.



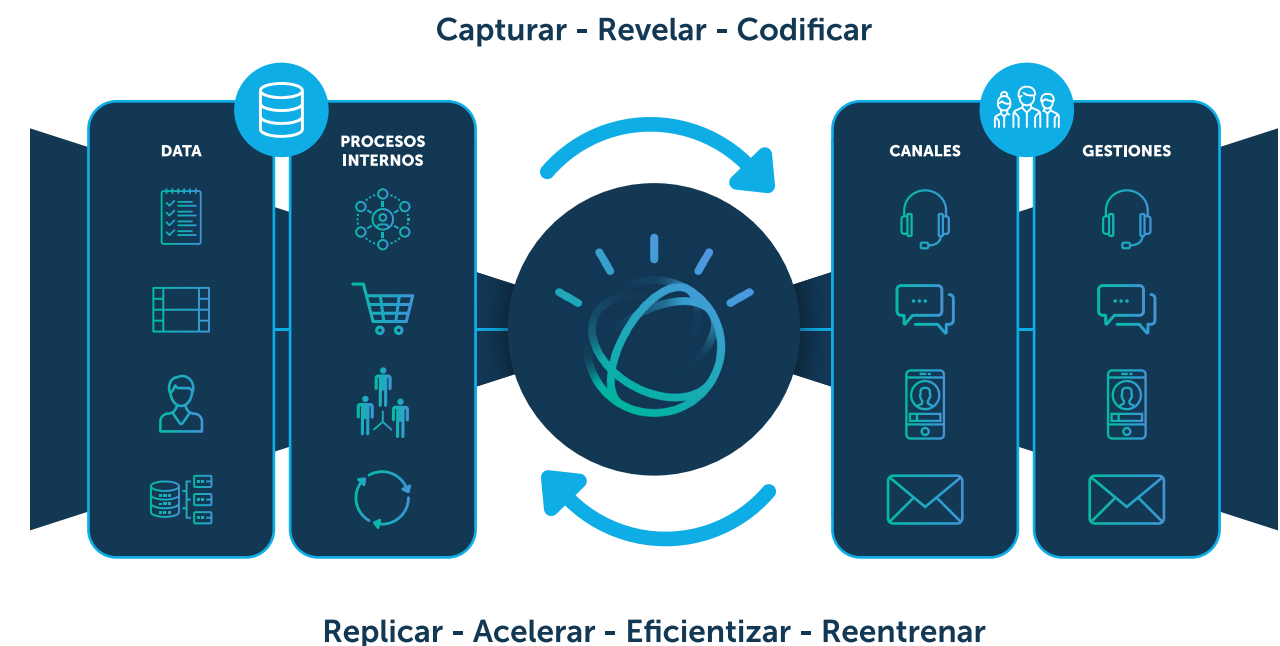
Un Gestor de Citas con Inteligencia Artificial se integra y mejora los canales de servicio y busca descargar a los agentes humanos de las tareas repetitivas y de poco valor para el negocio, a la vez que entrega al cliente o usuario final una experiencia de conversación fluida y una respuesta inmediata. Las máquinas siempre van a superar a los humanos en su capacidad de procesamiento de información, y un Asistente Virtual podrá sostener conversaciones con miles de usuarios en simultáneo. Es en este punto donde debemos aprovechar el "músculo" que nos proveen las máquinas para procesar enormes volúmenes de comunicaciones y aprovechar la masificación del contacto, pero sin perder la personalización que cada cliente o usuario demanda.

La personalización del mensaje para cada segmento de cliente es posible, ya que el Asistente Virtual puede entrenarse en múltiples dominios de conocimiento y adecuar su mensaje y respuestas al tipo de cliente con el que esté tratando. Para la gestión de citas, pueden adaptarse reglas de atención existentes para dar prioridad a algunos segmentos de clientes, personas VIP, personas de la tercera edad o de alta criticidad, según sea el proceso de citas que se esté gestionando. Es decir, un Asistente Virtual puede adecuarse a cada cliente y trasladarle una excelente experiencia de atención inmediata y amigable.

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 para agendamiento de citas que se están llevando a cabo, sin necesidad de interrumpir el servicio de la plataforma para hacer estos análisis. Es decir, a diferencia de los canales tradicionales, se puedan tomar acciones correctivas y de análisis en el momento mismo que el Asistente Virtual está conversando con los clientes y usuarios. Los hechos y un tratamiento objetivo de la data permiten a los líderes de área y de las organizaciones 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 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 conversación, 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, su empresa se asegurará satisfacer a sus clientes internos o externos 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, sistemas 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 sostener conversaciones por los diferentes canales digitales para cumplir con la necesidad de prestar un servicio al cliente para agendar citas de servicio.

Una solución como el Asistente Virtual para la gestión de citas le permite sacar el máximo provecho de sus canales de comunicación, o bien, aumentar los canales, debido a su bajo costo y facilidad de implementación. Independientemente del canal que se utilice, el mensaje siempre será el correcto, se dará de forma inmediata y es posible aprovechar la existencia de múltiples puntos de contacto para asegurar que el cliente obtenga la información en el canal de su preferencia.

La ventaja de la IA radica en el aprovechamiento de los datos que generan todas las interacciones, lo que hará posible el reentrenamiento de las máquinas, 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.



Un Asistente Virtual puede, eventualmente, convertirse en una plataforma de comunicación totalmente automatizada que se encargue de manejar los mensajes entrantes y salientes hacia sus clientes externos o internos, no solamente de gestión de citas, sino de ventas, mercadeo y otros. Solo basta con aprovechar la plataforma tecnológica ya implementada y enseñarle a la Inteligencia Artificial nuevos conocimientos de negocio que deberá aplicar en las conversaciones con los clientes y usuarios.

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.

Beneficios de un Asistente Virtual

Solución	Áreas de mejora	Nuevas capacidades	Impacto
Asistente Virtual	Mejora la eficiencia operativa	Incorpora un nuevo canal	Promueve la autogestión
	Mejora el engagement con el cliente	Disponibilidad horaria ilimitada	Satisfacción del cliente
	Diferenciación	Fácil obtención de insights de clientes	Permite automatizar las operaciones
	Seguimiento de las fechas y horarios de citas	Asegura calidad en la respuesta	Consistencia y velocidad
		Interactúa en lenguaje natural	Reducción de costos al abordar procesos de alto volumen
			Imagen Innovadora

Elementos que componen a un Asistente Virtual para gestión de citas

Un Gestor de Citas con Inteligencia Artificial va más allá de un robot que puede conversar con un humano y agendarle una cita para obtener un servicio. Si bien la conversación es el aspecto que parecería ser el principal diferenciador, hay otros elementos que deben tomarse en cuenta:

- **¿Cómo vamos a entrenar a la tecnología para que pueda dialogar con nuestros usuarios de la manera más fluida posible?** Para esto, existen diferentes fuentes como scripts de conversación que se usan actualmente, ejemplos de conversaciones con clientes, transcripciones de llamadas de servicio o herramientas para darle ejemplos a la Inteligencia Artificial sobre cómo se podría dar una conversación con un cliente para un determinado tema.
- **¿Cómo vamos a lograr que el Asistente Virtual dé una sensación de fluidez en la conversación?** Debemos asegurar el uso de una plataforma de construcción de flujos de conversación lo suficientemente robusta y contar con profesionales capacitados para sacar el máximo provecho de las herramientas tecnológicas y del Procesamiento de Lenguaje Natural.
- **¿El Asistente Virtual necesita consumir información complementaria?** Aparte del entrenamiento que le damos al Asistente Virtual para poder conversar sobre los pasos y requisitos para agendar una cita, también debemos definir si puede o debe integrarse con sistemas de su empresa para dar información a los usuarios o tomar información de lo que dice el cliente externo o interno para actualizar la que ya existe en esos sistemas.
- **¿Qué canales utilizará?** Las opciones son prácticamente ilimitadas, pero deben definirse con cuidado los medios por los cuales el Asistente Virtual atenderá las conversaciones. Un Asistente Virtual puede conversar por medio de SMS, correo electrónico, webchat, Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram, Twitter, vía telefónica, app móvil o en plataformas colaborativas como Microsoft Teams o Slack.

- **¿Cuál es la dirección de las conversaciones?** Es decir, definir si se necesita que el Asistente Virtual atienda las gestiones inbound de los clientes, que busque a los clientes para comunicarse con ellos en un formato outbound, o bien, un híbrido entre ambos. Un gestor de citas con IA debería poder atender al usuario cuando se le busca para crear una cita, pero también debería poder comunicarse con el usuario y buscarlo para hacerle recordatorios y seguimientos, como una confirmación un día antes del evento.

- **¿Necesitamos dotarlo de capacidades adicionales?** Una de las grandes ventajas de un Asistente Virtual es la de poder contar con muchas funcionalidades adicionales a las capacidades de conversación:

- Un Asistente Virtual puede la voz, además de una conversación tradicional en formato texto.
- Un Asistente Virtual puede utilizar funcionalidades de geolocalización para dar información precisa al usuario sobre ubicaciones, sucursales, edificios, etc.
- Un Asistente Virtual puede generar información para hacer una analítica de las citas generadas y gestionadas y su visualización por medio de dashboards.
- Un Asistente Virtual puede complementarse con modelos de Machine Learning para tener una interacción más inteligente con los usuarios y una personalización de la conversación, basada en datos demográficos, transaccionales y de segmentación del interlocutor.
- Un Asistente Virtual puede integrarse con motores de reglas para saber qué, cómo y cuándo dar una información al usuario final o dar prioridad a su gestión según los parámetros que se definan para cada segmento.
- Un Asistente Virtual debe tomar en cuenta buenas prácticas de UX/UI.
- Un Asistente Virtual puede contar con herramientas para autenticar y validar la identidad del usuario, en caso que se requiera por temas de seguridad.
- Un Asistente Virtual puede integrar pasarelas de pago dentro de la misma conversación o capacidades de toma de documentos.

¿Qué necesitamos para construir un agente virtual?



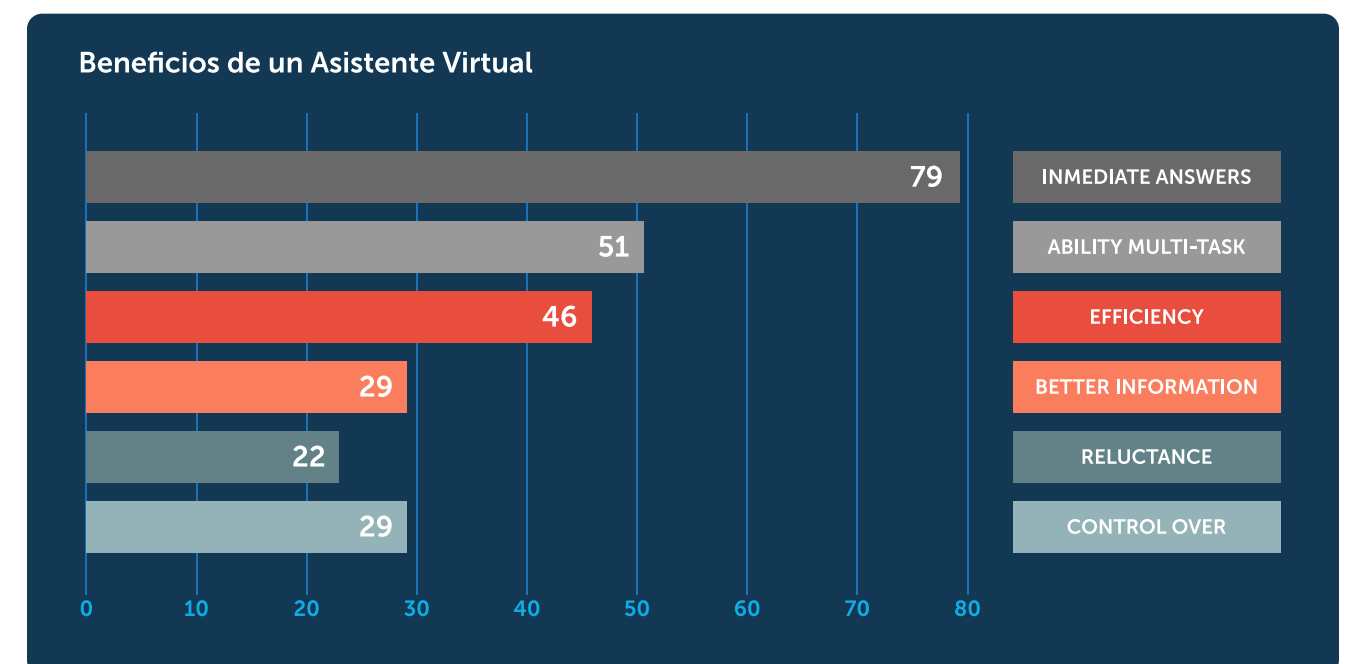
Experiencia del cliente

En tiempos donde los humanos nos acostumbramos cada vez más a las interacciones digitales, esperamos poder realizar gestiones, conversar y hacer consultas sin la necesidad de una interacción con una persona.

En un proceso de atención al cliente para agendar citas, es imperativo dar al cliente la posibilidad de tener la interacción en el momento ideal para él, obteniendo información que es relevante y se adecúa a sus gustos y necesidades, se alinea con sus expectativas y con la imagen que tiene de su empresa como proveedora de servicios elegida.

¿Cuál es la mejor de atender a sus clientes durante el boom de los canales digitales? Un canal de comunicación automatizado, gestionado por un Asistente Virtual, permitirá a su empresa eliminar reprocesos y centrar el tiempo y recursos valiosos en tareas no mecánicas. Nuevamente, se trata de aprovechar la Inteligencia Artificial para tomar control de las tareas masivas y repetitivas y de aprovechar el talento humano para la generación actividades estratégicas.

El riesgo de no cumplir con esta exigencia de inmediatez y calidad en la prestación de servicios de cara al cliente implica posibilidades de generar frustración en un cliente cautivo y su eventual migración a otro proveedor, o bien, nunca lograr aprovechar la información adicional que un canal de contacto automatizado puede generar.



Los usuarios dan un gran peso a la importancia que tiene obtener respuestas inmediatas, pero un Asistente Virtual también genera otras expectativas que, con el correcto entrenamiento de IA, pueden ser cubiertas:

- **Habilidad de cumplir con múltiples tareas y un flujo de proceso completo.** Es decir, validar si habla con la persona correcta, brindar la información de horarios, disponibilidad, ubicaciones y profesionales que le pueden atender, además de solicitar documentos o hacer una guía paso a paso para un agendamiento, responder consultas que al cliente le puedan surgir y hacer sentir al cliente que está en control de la interacción y del momento de respuesta.
- **Eficiencia.** Desde el punto de vista de su cliente, se traduce en conseguir lo que estoy buscando como cliente de un canal de atención. Del lado de su empresa, procesos sin interrupciones y de ejecución inmediata, constante y sin errores.
- **Mejor información.** Un Asistente Virtual con IA siempre dará la respuesta adecuada. No se cansa, no se enferma y no tiene cambios de humor.
- **Falta de disposición.** Los clientes cada vez más frecuentemente evitan conversar con una persona, independientemente de si es un canal escrito o por voz.
- **Control.** A los clientes les gusta saber que la conversación puede ser dirigida hacia los intereses que los llevaron a iniciar la interacción. En el caso del Asistente Virtual, su usuario final desea recibir información que tiene sentido para él y evitar tener que movilizarse a un punto de venta o servicio. Un Asistente Virtual permitirá que la conversación se dé en la forma más conveniente para su cliente.

Un Asistente Virtual para la gestión de citas puede ser implementado en cualquier canal de contacto:

- En Whatsapp, mensajería de redes sociales como Facebook Messenger, SMS, correo electrónico y plataforma colaborativos para casos de atención a clientes internos. También por medio de una llamada telefónica si se da al Asistente Virtual la habilidad de conversar por medio de la voz.
- Contactando a un cliente de forma no invasiva cuando el Asistente Virtual es tipo outbound y evitando las llamadas telefónicas o SMS que en muchas ocasiones son rechazadas u olvidadas.
- Enviando información microsegmentada y realmente relevante para el cliente. Es decir, un Asistente Virtual puede integrarse con modelos de Machine Learning y con motores de reglas de negocio que utilizan la información que su empresa tiene, para determinar el mejor curso de acción para cada caso en particular, con la mayor probabilidad de éxito y basado en sus comportamientos y de otros clientes que se parecen a él en términos demográficos, transaccionales y de segmentación.

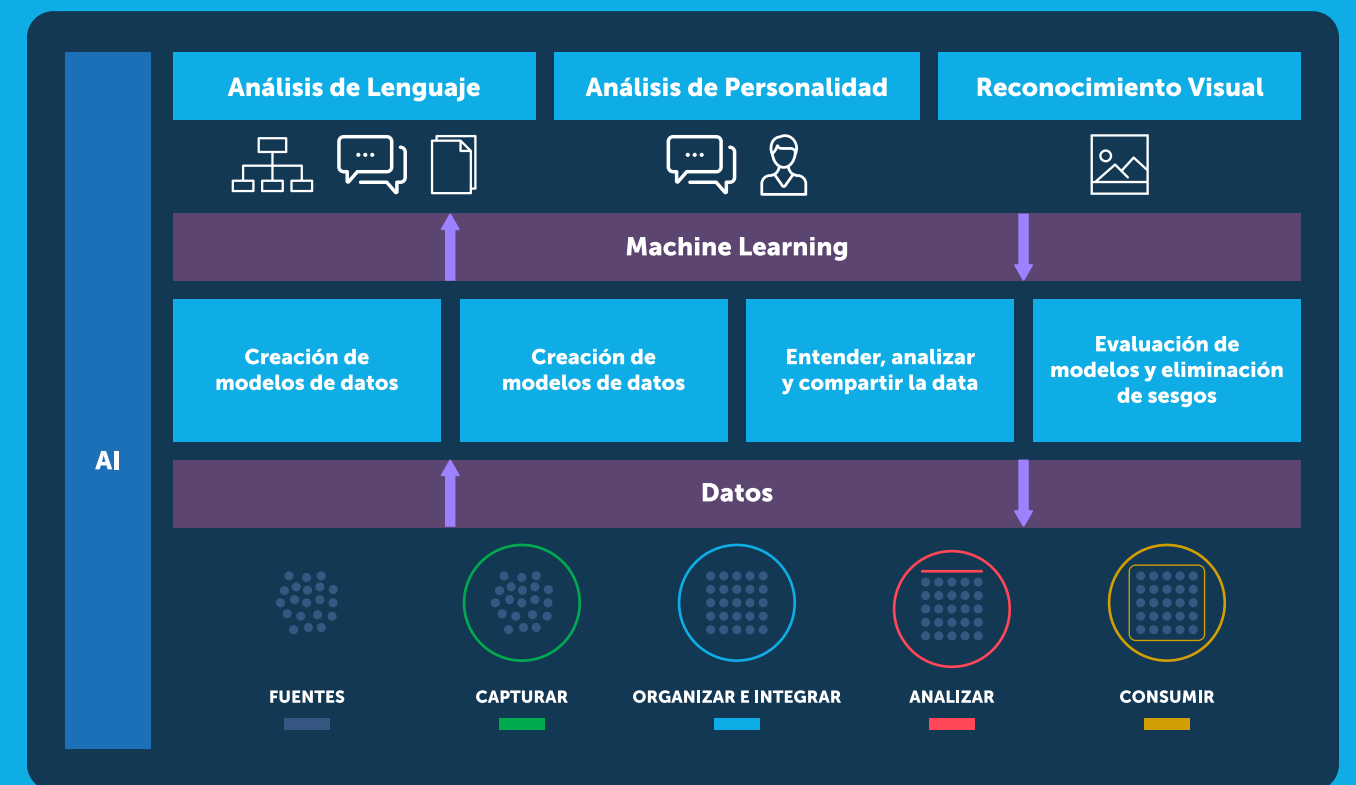


El ciclo de la Inteligencia Artificial

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.





Gestión de Citas
BUSINESS SOLUTIONS

