



Gestor de Cobros

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, artículos periodísticos, documentos en pdf, libros, correos electrónicos y clips de audio. 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 toda la información que se encuentra cruda, pero al alcance.

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 sobre los siguientes ejes estratégicos:



Tipos de Datos

ESTRUCTURADOS

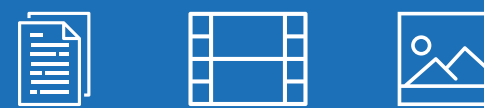
Datos que tienen un modelo definido o provienen de un campo determinado en un registro



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

Eficientización de procesos

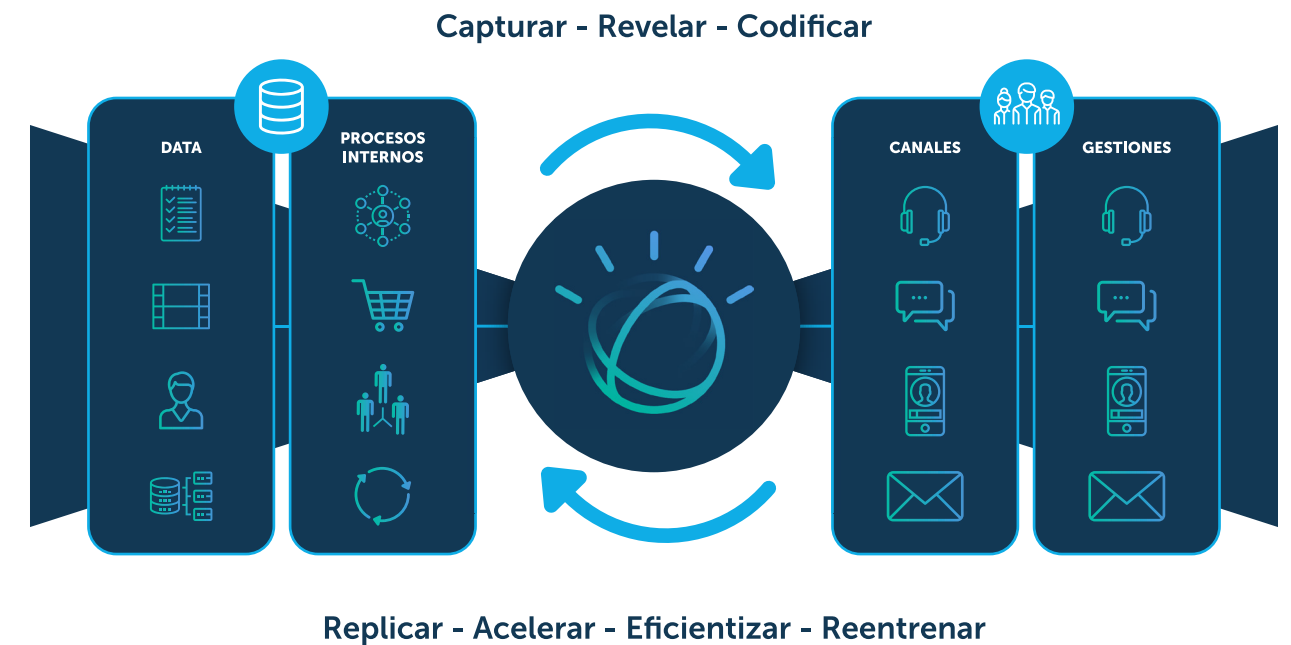
La mejora de procesos comprende hacer varios ajustes pequeños, hacer un diagnóstico de lo realizado y repetir e implementar los resultados positivos.

La ventaja que ofrece la Inteligencia Artificial en esta mejora de procesos es la de poder monitorear y ajustar muchas más variables que con los métodos tradicionales, generalmente llevados a cabo por personas. Mientras más se le permita a la IA aprender y entrenarse con datos, mejor será la predicción de posibles resultados y la sugerencia de cambios en los puntos críticos de cada proceso.

Adicionalmente, la IA puede ofrecer en tiempo real hechos, tendencias y una visión clara de lo que sea que se desee analizar. 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 funcionarios de su empresa en el análisis de campañas de cobros, variables que explican el comportamiento de mora de un cliente o un grupo de clientes con características similares, posibilidad de tomar acciones más efectivas sobre dichos grupos, identificación de ambigüedades que acrecenten el riesgo, conocer "la voz del cliente", determinar de forma proactiva y probabilística el riesgo de que un cliente caiga en mora o en churn, e identificar cuáles son los clientes idóneos para ofrecerles un producto, por cual canal y por cuál monto.

Al final, utilizando IA para la mejora de procesos, su empresa se asegurará llegar 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 datos en diferentes formatos, repositorios y bases de datos, los cuales son alimentados por procesos internos ya existentes. Dichos datos deben ser capturados y extraídos para revelar la información valiosa y posteriormente convertidos en un algoritmo que utilizará el gestor de cobranza y otras posibles soluciones.

Los diferentes canales que proveen información y disparan procesos (tanto para clientes internos como externos) podrán llevarse a niveles de automatización escalables y darán un soporte a las múltiples gestiones que su empresa realiza en su día a día.

La ventaja de la IA radica en el aprovechamiento de los datos que generan todas las interacciones, lo que hará posible el reentrenamiento de Watson, 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 transversalidad 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 en la nube y a la mejora en el desarrollo de las capacidades de los componentes tecnológicos.

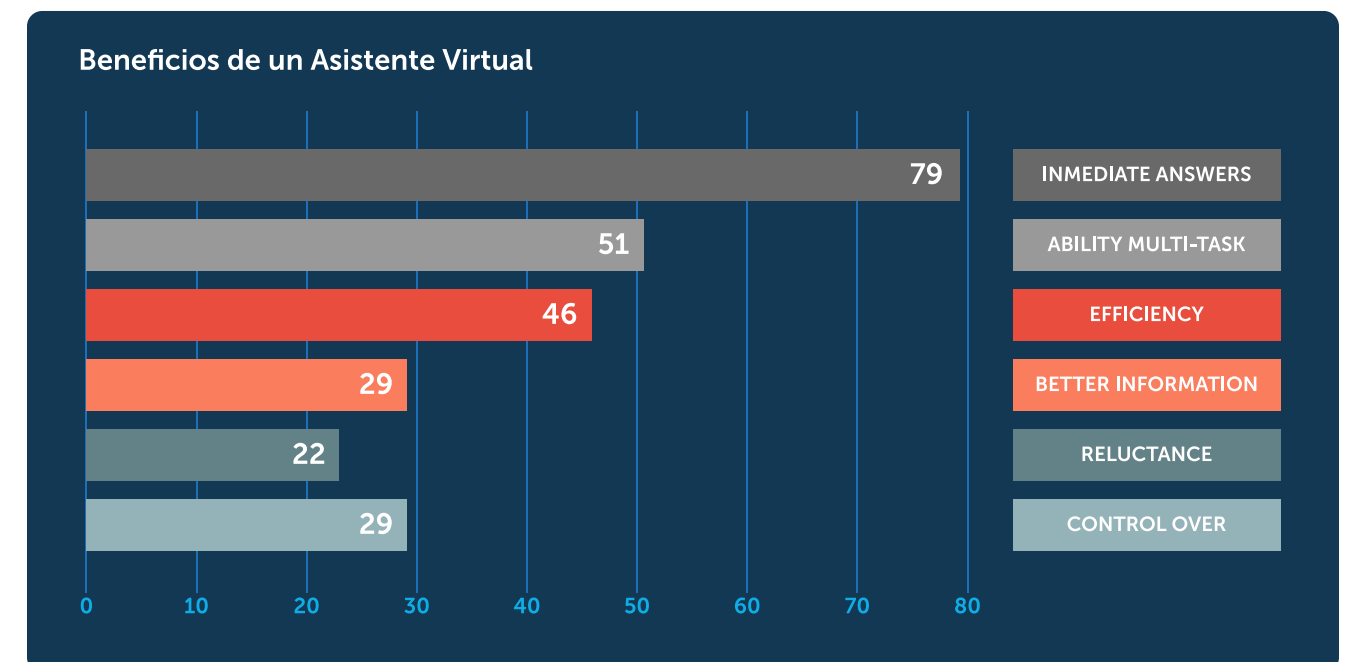
Experiencia del cliente

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

En un proceso de cobranza, ya sea preventiva o por mora, dar al cliente la posibilidad de tener la interacción en el momento ideal para él, pensar sus respuestas sin la presión inherente de una llamada en vivo y darle tiempo para pensar la mejor forma para abordar su problema de deuda con la empresa, se alinea con sus expectativas y con la imagen que tiene su empresa como proveedora de servicios elegida.

Al mismo tiempo, un canal de comunicación automatizado permitirá a su empresa eliminar reprocesos y centrar el tiempo y recursos en la búsqueda de mejores formas e incentivos para aplicar a las campañas de cobros que gestionará el Asistente Virtual. Al final, 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 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. Es decir, asesorar, responder consultas frecuentes, resolver quejas e inconvenientes y llevar a cabo transacciones.
- Eficiencia. Lo cual se traduce en conseguir lo que estoy buscando como cliente de un canal de atención.
- Mejor información. Un Asistente Virtual con IA siempre dará la respuesta adecuada. No se cansa, no se enferma y no tiene cambios de humor. Si el cliente así lo desea, un Asistente Virtual tiene la capacidad de escalar la consulta a un agente humano.
- 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 de cobros, podría ser el hecho de querer ordenar su condición de mora sin la presión de una llamada y con capacidad de negociar la mejor salida posible.



Con la combinación de Watson Assistant, Natural Language Understanding y Watson Machine Learning, es posible la construcción de poderosas plataformas de contacto con el cliente final, que se encuentran entrenadas y habilitadas en conocimientos de su industria.

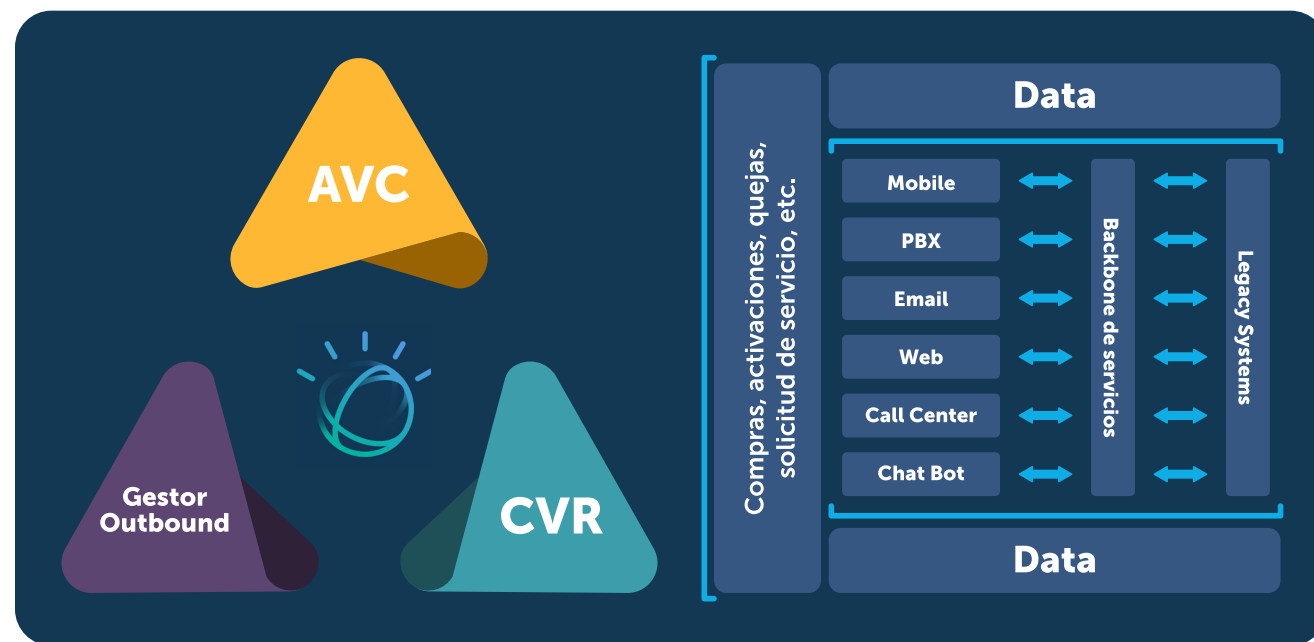
Un Asistente Virtual de Cobranza que busca mejorar la experiencia del cliente puede ser implementado en cualquier canal de contacto:

- En la página web de su empresa, redirigido por un SMS, Whatsapp o correo electrónico inicial.
- Como asesor de un agente de sucursal, entregándole información relevante sobre el cliente con el cual está interactuando y ayudándole en labores de cobro preventivo, retención, venta cruzada o colocación de productos adicionales.
- Contactando a un cliente en mora de forma no invasiva, negociando con él los compromisos y fechas de pago y evitando las llamadas para ese fin que en muchas ocasiones son rechazadas.
- Enviando información microsegmentada y realmente relevante para el cliente. Es decir, un Asistente Virtual de Cobranza puede integrarse con modelos de Machine Learning 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 ingresos.



Monetización de las interacciones

Hacer que cada punto de interacción con el cliente sea un potencial generador de ingresos es posible por medio de soluciones basadas en Inteligencia Artificial. Más bien, debería ser uno de los principales objetivos detrás de una implementación, simplemente por el hecho de contar con la automatización de los procesos, aumentar las probabilidades de tener a un cliente satisfecho y por el potencial que tendrá su empresa de conocer los detalles relevantes de la persona con la cual se está interactuando.



El Customer Experience Suite de GBM comprende una tríada de soluciones que pueden ser implementadas por etapas, pero que al mismo tiempo son totalmente complementarias entre sí.

• Asistente Virtual Cognitivo:

- Como asistente de atención vía texto o voz para atención de preguntas más frecuentes.
- Como asesor para resolver consultas con mayor complejidad y al mismo tiempo dar recomendaciones al cliente externo, interno o ambos.
- Como agente con las capacidades anteriores y que adicionalmente genera, supervisa y da seguimiento a gestiones y transacciones.

• CVR (Cognitive Voice Response):

Utilizando la voz y el entendimiento de lenguaje natural, tiene la capacidad de atender llamadas telefónicas de su empresa, mejorando los niveles y tiempos de atención y entregando al cliente la posibilidad de autogestionar sus transacciones o consultas, sin necesidad de la intervención de un asesor humano.

• Gestor Outbound:

Puede contactar a los clientes con diferentes propósitos como: recordatorios de pago o vencimiento de deuda, promociones, solicitud de actualización de datos, solicitud de documentación para trámites en curso o para informar a los clientes de manera proactiva sobre algún trámite en proceso.

Las tres soluciones del Customer Experience Suite pueden integrarse con los sistemas existentes en su empresa, ya sea para obtener información que debe ser mostrada o para incluir información que se haya generado producto de las interacciones.

Al tener estas soluciones capacidades de entendimiento del lenguaje natural, su empresa podrá disponibilizarlas en cualquier canal que desee, como: página web, app móvil, central telefónica, correo electrónico o en consolas de atención en sucursal.

¿Cómo es posible monetizar estos puntos de interacción?

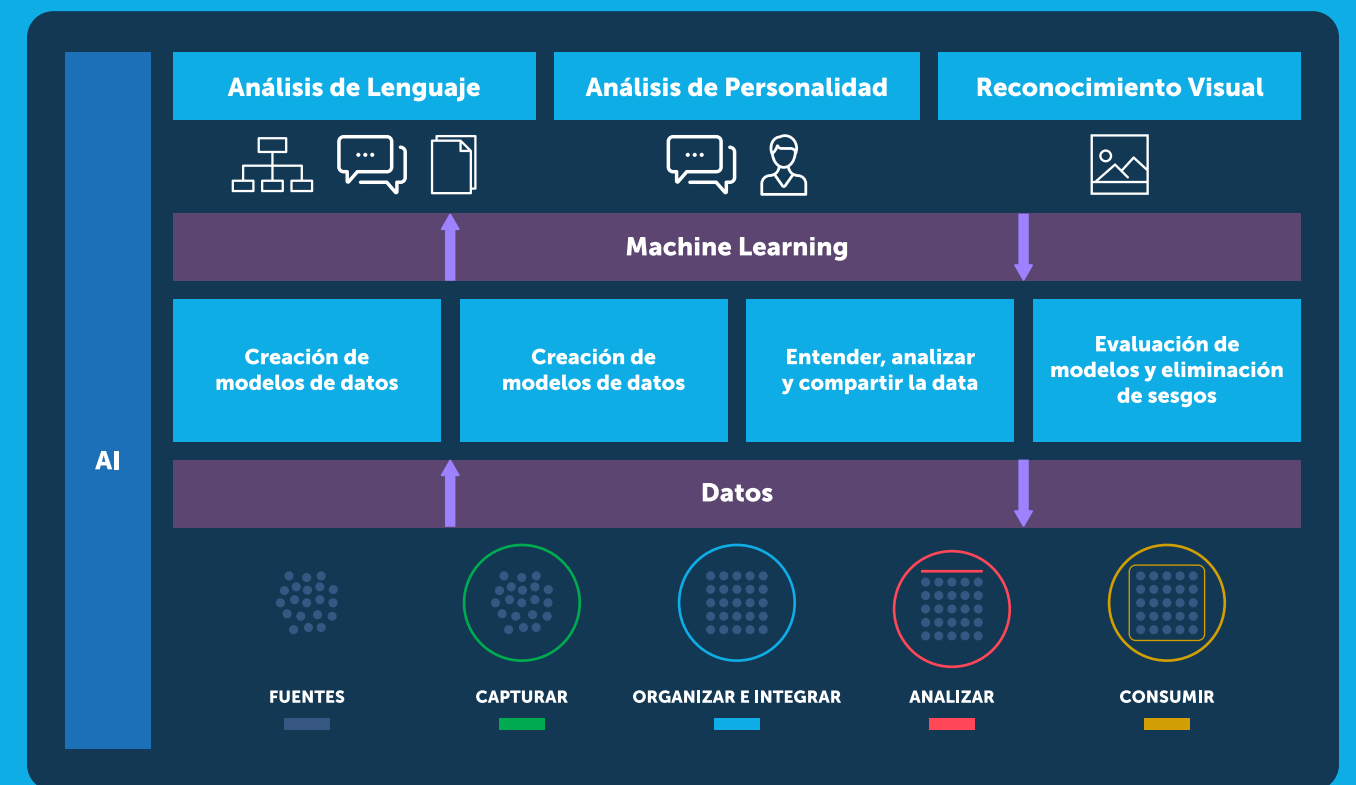
- Ofreciendo alternativas y compromisos de pago para un cliente en mora que usualmente ignora o cuelga las llamadas de cobros.
- Contactando a un cliente con una campaña que, en vez de ser general, se basa en modelos de Machine Learning que sugieren el mejor curso de acción para el "Next Best Action" específico para cada cliente.
- Atendiendo de forma inmediata a un cliente que estaba molesto por una gestión mal realizada y evitando que deje de usar el producto financiero, entre en un estatus de mora o que abandone la empresa para ir con la competencia.
- Asesorando a un cliente sobre el producto idóneo para sus hábitos de consumo y sugiriendo productos adicionales que complementan la oferta.

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 la gestión de cobros, obtener inteligencia sobre qué, cómo y cuándo los clientes hacen algo y monitorear dicho comportamiento.



Proceso de Cobranza con Inteligencia Artificial

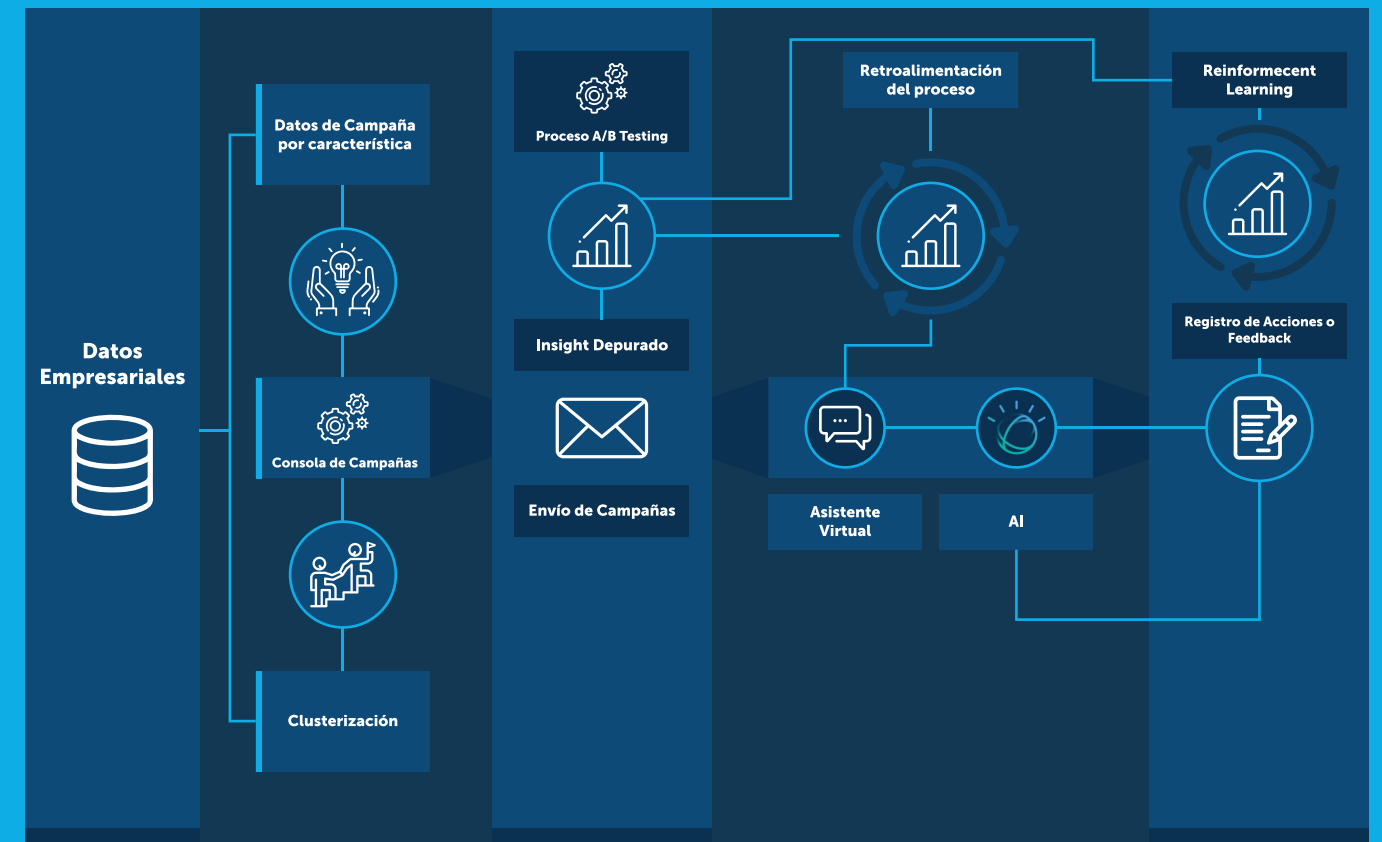
Componentes y de la solución:

• Consola de campañas:

- Permite la carga de archivos de campaña y manejar múltiples campañas en simultáneo, según el tipo de mora que su empresa desee atacar. Las campañas pueden ser cargadas de forma automática o manual, según lo que se determine en el alcance del proyecto para gestión e integraciones con sistemas de la empresa.
- Monitorea el desarrollo y resultados de las campañas de cobros en tiempo real.
- Gestiona el inicio, pausa y finalización de las campañas.
- Es posible integrarle motores de visualización analítica.
- Por medio del uso de modelos de Machine Learning es posible enriquecer el abordaje de los clientes en estatus de mora, conociendo cuáles son las mejores posibles acciones, según su comportamiento histórico y comparándolo con el comportamiento de clientes con características similares.
- Al desplegar una campaña se dispara la interacción Cliente – Asistente Virtual por medio de un link al cual el cliente accesa y despliega el Asistente Virtual. El link puede ser enviado por correo electrónico, SMS, pop-up en la app móvil de su empresa o Whatsapp.

• Asistente Virtual:

- o Utiliza el Entendimiento de Lenguaje Natural (NLU) para otorgar al cliente una experiencia de diálogo fluida.
- o Se entrena en el core de conocimiento de cobranza de su empresa.
- o Se utilizan ejemplos de conversaciones reales con los clientes, con el objetivo de lograr que el Asistente Virtual entienda las múltiples formas en que un cliente puede hacer preguntas, escribir frases u objetar.
- o Es posible habilitarle capacidades de negociación con el cliente, que se adaptan a las respuestas que se vayan obteniendo durante la interacción.
- o Hace recordatorios de compromisos de pago a los clientes, derivados del resultado de interacciones anteriores.
- o Se integra con sistemas de su empresa para registrar acuerdos, fechas de pago, montos, provisiones, etc.
- o Las respuestas, acciones y compromisos del cliente son almacenadas para obtener feedback, reentrenar al Asistente y alimentar a los modelos de Machine Learning.
- o Aprende a medida que interactúa con más clientes y se generan más campañas, mejorando su curva de rendimiento y porcentaje de certeza en las respuestas.





Gestor de Cobros
BUSINESS SOLUTIONS

