GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

Cómo transformar a los detractores en promotores con Inteligencia Artificial

Actualidad Empresarial | 27/09/2023 | 00:00

Revolución en Telecomunicaciones: SANDSIV explica, a través de sus casos de éxito, cómo se está transformando este sector tan competitivo para elevar la experiencia de los clientes a través de herramientas de IA y Voz del Cliente

En un mundo cada vez más conectado, la industria de las telecomunicaciones se ha enfrentado históricamente al reto constante de brindar una experiencia excepcional a sus clientes en un sector que, tradicionalmente, no ha obtenido las mejores notas en cuanto a su satisfacción.

Sin embargo, una revolución está transformando la forma en que esta industria aborda la llamada Customer Experience (CX). Gracias a la combinación estratégica de herramientas para captar la Voz del Cliente (VoC) y tecnologías de Inteligencia Artificial (AI), estas compañías están redefiniendo sus enfoques y logrando mejoras notables en su NPS (Net Promoter Score), la métrica utilizada para medir la lealtad y satisfacción de los clientes.

Con esta estrategia, A1 Group, uno de los mayores proveedores de telefonía e internet en siete países de Europa Central y Oriental, logró convertir a sus detractores en promotores y aumentó notablemente la retención de sus clientes. También Fastweb, empresa líder del sector italiano de las telecomunicaciones, consiguió un NPS positivo con una media de +15 % superior al de sus competidores. SANDSIV explica cómo fueron capaces de conseguirlo a través de los siguientes pasos:

Implementar un sistema omnicanal eficaz

El primer paso, y uno de los más básicos, es la recogida del feedback y datos directos, indirectos e inferidos de los consumidores a partir de una amplia gama de fuentes internas y externas, incluidas las de la web, RRSS, correo electrónico o SMS, pero también la experiencia en las tiendas o con los empleados del contact center. Para ello, es imprescindible contar con herramientas tecnológicas como sandsiv+ capaces de aglutinar eficazmente todos estos insights para la identificación inmediata de los principales puntos de dolor de los clientes.

Transformar los datos en acciones concretas

El paso siguiente a esta recopilación de datos es el análisis preciso y en tiempo real de feedback no estructurado, incluso en varios idiomas en el caso de multinacionales. Utilizando el

procesamiento de lenguaje natural, la IA es capaz de identificar patrones de comportamiento y tendencias en las respuestas abiertas de los clientes en encuestas o en redes sociales, por ejemplo, proporcionando información muy detallada sobre sus emociones y frustraciones y actuar rápidamente para mantener su lealtad antes de que se conviertan en detractores.

Cerrar el 'Close the Loop' entregando un servicio excepcional

La capacidad de ´cerrar el ciclo de interacción´ en tiempo real, es decir, el enfoque estratégico para manejar de forma inmediata el feedback de los clientes, especialmente de aquellos que han expresado insatisfacción, refuerza la cultura de servicio y enfoque Customer Centric de la empresa, marcando una diferencia significativa en un mercado tan competitivo como el de las telecomunicaciones. Implementar tecnologías innovadoras para, por ejemplo, garantizar el seguimiento con los encuestados en directo permite incluso convertir a los detractores de nuevo en promotores de la marca. La implementación de sandsiv+ permite interactuar con los encuestados en tiempo real, incluso teniendo en cuenta la complejidad que supone su negocio multinacional, con sede en siete países y con el uso de varios idiomas, culturas y regulaciones distintas.

Medir los resultados y las mejoras tangibles

El último paso para evaluar la eficacia de todas las acciones anteriores es comprobar los resultados obtenidos en función de KPIs estándar y/o personalizados, incluidos R-NPS (NPS relacional o de «marca»), P-NPS («producto»), T-NPS y CES (NPS transaccional y puntuación del esfuerzo del cliente para interacciones individuales), los índices de respuesta a encuestas o de recuperación de clientes, entre otros. Gracias a ello, será posible demostrar las mejoras y el valor de las acciones de Close the Loop y de las inversiones realizadas.

Así, a medida que se avanza hacia el futuro, la colaboración entre la tecnología y el enfoque centrado en el cliente será la clave para lograr resultados excepcionales, pues las herramientas de Voz del Cliente e Inteligencia Artificial son más que simples tendencias y se han convertido en motores esenciales para la transformación de múltiples sectores económicos y especialmente eficaces en industrias como la de las telecomunicaciones.

Acerca de SANDSIV

SANDSIV es un proveedor de software suizo ubicado en Technopark Zurich, el principal centro tecnológico de Suiza. En España, cuenta con sede en Valencia desde 2022, ubicación que responde a la visión global de la compañía para ampliar su presencia europea, posicionándose para dar un mayor soporte a los clientes actuales y futuros en el mercado español. SANDSIV, ha conseguido, por segundo año consecutivo, la Medalla de Oro en el informe más reciente de ´2023 Voice of the Customer (VoC) Software Data Quadrant report´, por parte de SoftwareReviews, que se encarga de recopilar y analizar las revisiones más detalladas sobre software empresarial de usuarios reales para brindar una visión detallada de los productos y proveedores. SANDSIV ha construido su reputación ofreciendo su solución empresarial de voz

del cliente de última generación “sandsiv+” a equipos avanzados de CX en organizaciones líderes en toda EMEA y en sectores tan diversos como telecomunicaciones, servicios financieros, servicios públicos, comercio minorista y transporte.

Acerca de sandsiv+

sandsiv+ captura, analiza, integra, mejora y mide la experiencia del cliente. Presentada en 2014, la solución CX de próxima generación armoniza los datos de cualquier canal directo o indirecto y genera datos inferidos utilizando inteligencia artificial. Sus características analíticas se basan en tecnologías de inteligencia artificial avanzadas, incluido el procesamiento del lenguaje natural (PLN) y el aprendizaje automático profundo, lo que permite una producción cada vez menos supervisada de conocimientos procesables más rápidos y precisos, y permite a las organizaciones actuar con capacidad de respuesta y planificar de manera inteligente. La solución admite complejas integraciones, personalizaciones y configuraciones.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/217888-como-transformar-a-los-detractores-en-promotores-con-inteligencia-artificial.htm