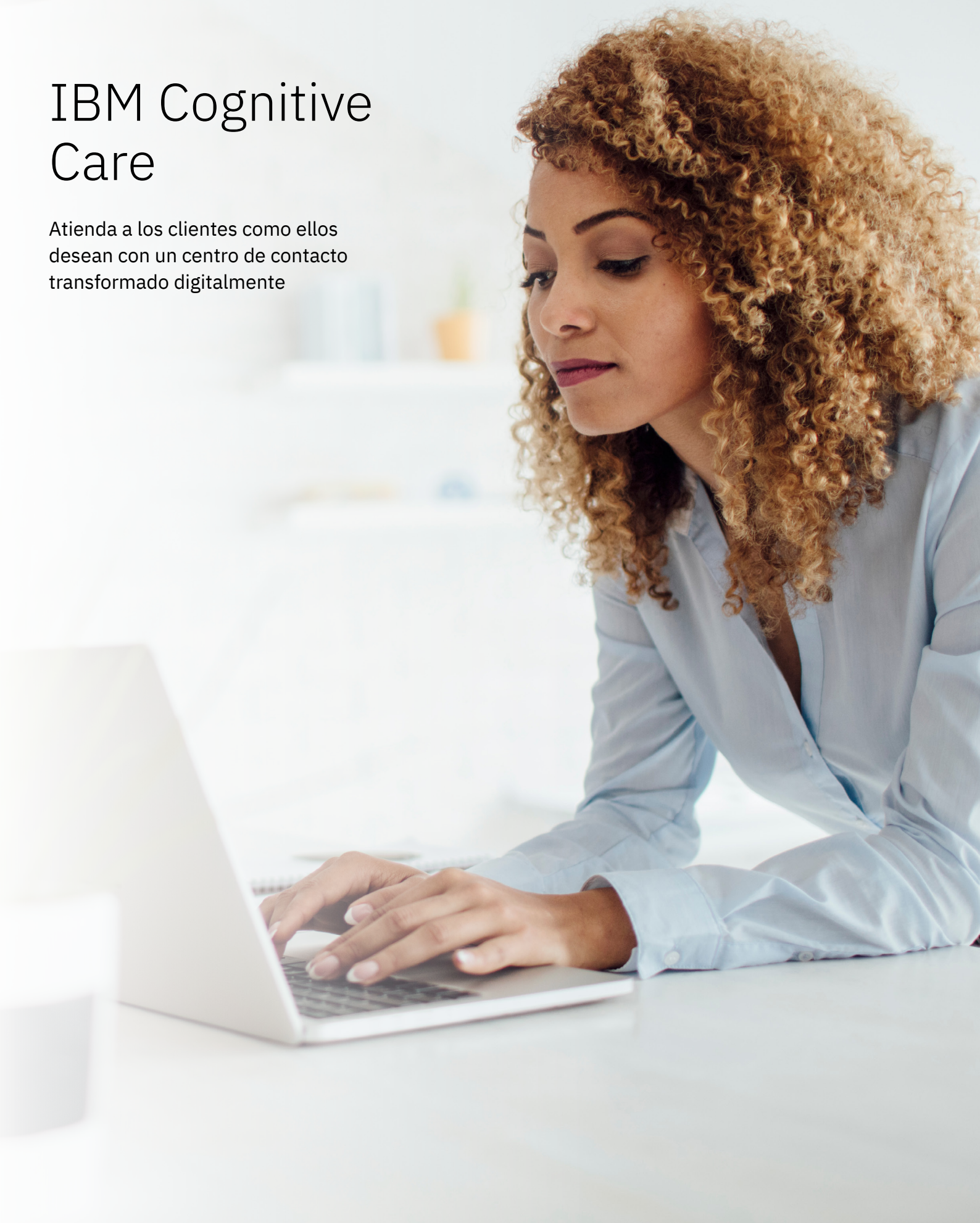


IBM Services

IBM Cognitive Care

Atienda a los clientes como ellos
desean con un centro de contacto
transformado digitalmente



Hay mucho en juego. Los clientes están dispuestos a abandonar una marca después de solo tres interacciones de soporte insatisfactorias.¹

Los consumidores de hoy en día conectados digitalmente esperan un servicio al cliente excepcional las 24 horas del día, 365 días al año, y en sus plataformas preferidas. Pero muchos centros de contacto tienen dificultades para ofrecer una disponibilidad en todo momento a los clientes, debido a que sus procesos operativos actuales dependen demasiado de agentes en activo y tecnologías tradicionales.

Tanto si ya ha iniciado una transformación digital como si acaba de empezar, la presión para acelerar los esfuerzos nunca había sido mayor.

Con la transformación viene la capacidad para escalar operaciones, reducir costes y optimizar canales de ingresos—todo mientras se ahorra tiempo de llamadas y se ofrecen conversaciones centradas en las personas. En este sentido, existe una mayor urgencia para integrar tecnología basada en IA en sus procesos operativos actuales.

El valor de la modernización de los call centers mundiales:

- Reduce las peticiones de los clientes en un 40–70 % mediante el autoservicio basado en IA y reduce costes en un 30–60 %.¹
- Proporciona flexibilidad operativa y resiliencia al permitir que los agentes trabajen desde casa.
- Escala la capacidad bajo demanda mediante el uso del centro de contacto como plataforma de servicios.
- Aumenta el Net Promoter Score en 20 puntos, a mitad de coste.¹
- Utiliza datos de cliente para predecir y resolver sus necesidades, aumentando la satisfacción del cliente (CSAT) hasta un 35%.¹



Nuestro enfoque de la modernización del centro de contacto—una experiencia inteligente para clientes y agentes

Transformamos los centros de contacto con IBM Cognitive Care—un centro de fidelización del cliente basado en datos, IA y tecnología de multicloud híbrido, que da soporte dinámicamente tanto a clientes como a agentes en directo. Además, con el soporte de IBM Garage, se puede lograr no solo una transformación de la tecnología y los procesos, sino también un cambio cultural duradero en su organización. Así es como funciona.

El cliente recibe una atención personalizada, proactiva e informada con datos, coherente en todos sus canales—voz, chat, SMS, correo electrónico o sociales—para tener mejores experiencias. La fidelización outbound y proactiva del cliente resuelve los problemas incluso antes de que sean conscientes de ellos. La respuesta inteligente y dinámica utiliza datos de interacciones históricas, habilidades y puntuaciones CSAT, para unas mejores relaciones con el cliente.

El agente virtual preselecciona las consultas, escalando situaciones de atención especial y gestiona respuestas automatizadas para consultas rutinarias. Mediante scripts de reglas, IA y ML, generan respuestas automatizadas, aumentando la calidad, la coherencia y la eficiencia. Mediante la integración con sistemas backend, los agentes virtuales aprenden dinámicamente nuevas respuestas a preguntas básicas y pueden gestionar un volumen cada vez mayor de peticiones.

El agente en directo prioriza el soporte al cliente más urgente, con conversaciones personalizadas cuando más importa. Utilizando el soporte de agentes virtuales y datos en tiempo real para reducir el tiempo y el coste necesario para dar servicio a los clientes, estos agentes pueden trabajar prácticamente desde cualquier lugar. La asistencia de agentes dinámicos les ayuda a procesar peticiones y realizar acciones, y el análisis predictivo, la IA y la automatización les ayuda a resolver proactivamente las necesidades del cliente.

La metodología virtual de IBM Garage ayuda a los centros de contacto a sostener la mejora continua, trabajando juntos para co-crear, co-ejecutar y cooperar nuevas soluciones. Juntos, podemos redefinir roles y procesos, así como lograr la alineación y el gobierno de las organizaciones. Mediante el **IBM Garage virtual**, tendrá acceso a una red de expertos de IBM en múltiples industrias y tecnologías.

Componentes de la experiencia inteligente



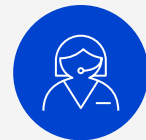
Experiencia de cliente personalizada

- Interacción omnicanal
- Interacción outbound proactiva
- Retroalimentación inteligente



Asistente digital dinámico 24x7

- Agente virtual
- Ontología de proceso



Agente humano apoyado

- Asistencia agente dinámico
- Trabajar en cualquier lugar
- Datos inteligentes

Híbrido | Multicloud | Otras opciones de proveedor

IBM Cognitive Care se basa en IA y automatización, facilitadas por una arquitectura abierta y diseñada para:

- Permitir la flexibilidad al escalar a través de la empresa con una integración transparente
- Ofrecer una plataforma para el futuro, de IBM o de otro fabricante, con la capacidad para optimizar la IA, como IBM Watson, Google CCAI y Blue Prism, e integrar fuentes de datos como Workday, Salesforce, SAP, etc.
- Aprovechar un ecosistema maduro de colaboraciones con terceros, incluidas las plataformas de comunicaciones como NICE inContact, Genesys, LivePerson y Twilio
- Proporcionar una plataforma con la capacidad para trabajar en clouds privados, híbridos y multiclouds, como Red Hat, Microsoft, AWS, IBM Cloud y Google Cloud



Transformar con éxito los entornos de centro de contacto con agentes virtuales de IA y plataformas multicloud híbridas.



Casos de uso

01

Optimizar la gestión de cargas de trabajo

Problema: Los agentes en directo de un banco global dedicaban demasiado tiempo a dar respuestas de poca importancia, cuando la organización los necesitaba para que se centraran en situaciones de atención especial y aumentaran la escalabilidad global.

Solución: Hemos implementado un agente virtual personalizado que admite más de 350 conversaciones contextuales en varios idiomas. También hemos creado un entorno operativo que incluye un cuadro de mandos analítico y un portal de agente en directo.

Beneficio para el negocio: Actualmente, el banco tiene la capacidad para resolver consultas prácticamente 24x7 y ha reducido el tiempo de investigación de los agentes en directo hasta un 70 %.

02

Integrar tecnología basada en IA para aumentar los ingresos

Problema: Una empresa de distribución estaba bajo una gran presión de costes y necesitaba encontrar la forma de utilizar las interacciones con el servicio al cliente para aumentar los ingresos.

Solución: Juntos, transformamos los procesos de servicio al cliente descomponiendo los silos de fuentes de datos y utilizando la automatización y la IA para desarrollar flujos de trabajo inteligentes. Esto permite a los agentes en directo concentrarse en tareas de mayor valor.

Beneficio para el negocio: La compañía logró un aumento del 10 % en la generación de nuevos ingresos y mejoró los canales de ingresos existentes con una reducción del 40 % de media en los costes operativos. Adicionalmente, al mejorar su Net Promoter Score, la compañía aumentó el potencial de generar ingresos a partir de las interacciones con el cliente.

03

Generar mejores experiencias de cliente

Problema: Una compañía tecnológica quería modernizar y priorizar la experiencia de cliente por encima de todo, para mejorar su Net Promoter Score y, en última instancia, generar nuevo negocio.

Solución: Hemos implementado IBM Cognitive Care para crear una estructura subyacente que unifique todos los silos bajo una única experiencia de cliente. Esta solución también ayuda a conocer mejor a los clientes en sus propias circunstancias y dispositivos—alineando las necesidades de datos para responder rápidamente a las interacciones con el cliente.

Beneficio para el negocio: Basándose en una integración a nivel de empresa de la tecnología de IBM Watson, la compañía utilizó IBM Cognitive Care para resolver el 30 % de las consultas de cliente mediante agentes virtuales. La organización también logró aumentar su Net Promoter Score hasta 60 puntos, con unos beneficios totales de 70 millones de dólares a 3 años.



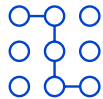
Más del 60 % de las llamadas al servicio de atención al cliente no atendidas se podrían haber resuelto con un mejor acceso a los datos.² IBM Cognitive Care puede ayudarle.

Guía de actuación de IBM Services para los líderes de centros de contacto



Prioridades a corto plazo

- Centrarse en la protección de los empleados y dar soporte al teletrabajo, estabilizando las operaciones.
- Crear, actualizar y monitorizar una estrategia de teletrabajo.
- Obtener el apoyo de los líderes para reforzar los agentes en directo con agentes virtuales.
- Identificar y crear una capa de automatización adicional mediante un enfoque de generación de valor.
- Encuesta a los responsables del centro de contacto para las mejores preguntas y respuestas de los agentes virtuales.
- Trabajar con un equipo de soluciones de confianza para facilitar la transición a la atención cognitiva.



Prioridades a largo plazo

- Probar y escalar tecnología de agente virtual para empleados, clientes y proveedores.
- Activar más canales digitales.
- Reciclar el equipo del centro de contacto y las tareas de los recursos, si es necesario.
- Explorar la tecnología más avanzada de asistencia a los agentes.
- Establecer un sistema de medición para capturar el impacto del agente virtual.
- Ampliar las capacidades y funciones del teletrabajo.
- Implementar un régimen de mejora continua mediante IBM Garage.



Cómo orientar la nueva forma de trabajo

- Realizar análisis periódicos de los agentes virtuales.
- Celebrar sesiones de design thinking con los principales agentes y empleados de marketing, ventas y experiencia de cliente.
- Optimizar el teletrabajo con una combinación más equilibrada de trabajadores locales y remotos.
- Adoptar una mirada positiva a los comentarios para reevaluar el diseño, uso y rendimiento de la nueva forma de trabajar



“Era importante que invirtiera en nuestros compañeros, para que ellos, a su vez, pudiesen invertir en la experiencia de cliente. Tras haber introducido la plataforma IA de IBM personalizada, hemos visto un aumento significativo en los comentarios de los clientes, de hasta un 20 %.”

— MaryAnn Fleming, Head of Homebuying Services, Royal Bank of Scotland

[Lea el caso del cliente](#) →

En IBM, utilizamos un modelo de pago por uso y basado en resultados porque estamos comprometidos a ayudarle a generar valor. Obtenga más información y hable con un experto sobre IBM Cognitive Care en su centro de contacto.

[Cómo empezar](#) →





IBM España, S.A.

c/Sta. Hortensia, 26-28
28002 Madrid

La página de inicio de IBM se encuentra en:

ibm.com/es-es

IBM, el logotipo de IBM, ibm.com, IBM Cloud, IBM Garage, IBM Watson e IBM Services son marcas registradas de International Corp., registradas en numerosas jurisdicciones de todo el mundo. Otros nombres de productos y servicios pueden ser marcas registradas de IBM o de otras empresas. Encontrará una lista actualizada de las marcas registradas de IBM en el web, en la sección "Información de copyright y marcas registradas" en ibm.com/legal/copytrade.shtml

Microsoft, Windows, Windows NT y el logotipo de Windows son marcas registradas de Microsoft Corporation en los Estados Unidos, otros países o ambos.

Red Hat® es una marca registrada de Red Hat, Inc. o sus filiales en Estados Unidos y/o en otros países.

Este documento es válido en la fecha inicial de publicación y puede estar sujeto a cambios por parte de IBM en cualquier momento. No todas las ofertas están disponibles en todos los países en los que IBM opera.

Todos los ejemplos de clientes aquí citados o descritos se presentan a modo de ilustración del uso que dichos clientes han dado a los productos de IBM y los resultados que han conseguido. Los costes ambientales reales y las características de rendimiento pueden variar según las condiciones y configuraciones del cliente. Póngase en contacto con IBM para ver lo que podemos hacer por usted.

LA INFORMACIÓN DE ESTE DOCUMENTO SE PROPORCIONA "TAL CUAL" SIN GARANTÍA DE NINGÚN TIPO, NI EXPLÍCITA NI IMPLÍCITA, INCLUYENDO, PERO NO LIMITÁNDOSE, A LAS DE COMERCIALIZACIÓN, ADECUACIÓN A UN PROPÓSITO DETERMINADO Y A LAS GARANTÍAS O CONDICIONES DE NO INFRACCIÓN. Los productos de IBM se garantizan con arreglo a los términos y condiciones de los acuerdos bajo los cuales se proporcionan.

© Copyright IBM Corporation 2021

- 1 Basado en datos de cliente de IBM, los resultados reales pueden variar.
- 2 "Reinventing the contact center." Expert Insights, Institute of Business Value, mayo de 2020 <https://www.ibm.com/downloads/cas/8VZBODOK>