



**20 Abril 2023**  
**9:30 A. M.**

**Asociación Mexicana de Experiencia del Cliente:**

# **EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN CX**

**Sigue nuestras redes sociales**



**AMECMex**



**AMEC MEXICO**



**AMECMexico**



**AMECMexico**

# PONENTE



**Rubén Rivera**  
Sales and Marketing  
Director

**ATENTO**

# EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN CX



**En esta Masterclass se habló acerca de el consumidor 4.0. la transformación digital de los negocios y las experiencias que esperan los consumidores hoy en día a través de las tecnologías que actualmente se aplican en las empresas. Cada uno de los temas tratados vinieron acompañados de ejemplos para ayudar a los asistentes a entender con claridad lo que Rubén explicaba.**



# EL CONSUMIDOR 4.0

**Rubén Rivera** empezó las MasterClass explicando lo que es **El Consumidor 4.0** mostrando un vídeo del 2017 con ejemplos y predicciones de lo que será un consumidor:

- Quiere todo rápido.
- Nada paciente.
- Lo que quiere, lo quiere ahora.
- No teme expresar lo que siente.
- Es común que sigan a influencers en las redes sociales.
- Espera que el entretenimiento sea fácil de obtener cuándo el quiere.
- Crean todo tipo de contenido, y le importan las reacciones que genere este contenido.
- Usa el teléfono y redes sociales.
- Quiere todo on line
- En resumen, quiere la vida más fácil.

Para poder conectar con los nuevos consumidores es necesario actualizarse para interactuar a través de los smartphones, volverse relevantes con ayuda de la creatividad para poder llegar al público objetivo.

Rubén comenta que estas predicciones no están tan alejadas de la actualidad, es importante resaltar como la tecnología se ha actualizado y como todos tenemos acceso a ella.

"El mejor servicio al cliente es aquel en el que el cliente no necesita llamarte o hablar contigo. Simplemente funciona." - Jeff Bezos, Fundador y Director Ejecutivo de Amazon



# EL CONSUMIDOR 4.0

Se presentan predicciones respecto a los próximos Consumidores en Latinoamérica (2025)

- 82% de la población estará viviendo en las ciudades.
- 70% de la población pertenecerá a la clase media.
- 61% de la población estará económicamente activa
- y habrá un 157% de presencia de los smartphones

Todos tenemos más de un dispositivo móvil y herramientas personales que nos permitan demandar servicios en tiempo real, servicios remotos y hacer compras.

También es importante mencionar el número de usuarios en Internet en latino américa en México es de 96.87 millones de habitantes que tienen acceso a Internet a través de los dispositivos móviles o una computadora.

Para el 2022 las redes sociales más comunes y que más se utilizan son:

- WhatsApp
- Facebook
- Messenger
- Instagram
- Tik Tok
- Twitter
- Pinterest
- Telegram
- Snapchat
- LinkedIn



Han tomado relevancia en latino américa ya que se sienten más cómodos utilizándolas, por lo tanto tenemos que estar preparados para atender y dar servicios a través de esas aplicaciones, ya que a partir de la pandemia se recurrió al comercio electrónico y hasta la fecha existe un gran número de persona que decide seguir comprando en línea.

Tenemos a varias generaciones conviviendo entre ellas, debemos ofrecerles las herramientas para comunicarse entre ellas, ya que comienzan a demandar servicios en portales de internet.



En México, siguen siendo dominantes las llamadas telefónicas ya que muchas empresas siguen apuntando su atención al cliente en llamadas pero los canales interactivos empiezan a generar una gran relevancia como el chat de mail, las respuestas interactivas, voice bots, aplicaciones móviles y chat bots empiezan a crecer. Estos canales mencionados van ganando relevancia y empiezan a crecer de una manera relevante.

En el tema de la transformación digital, es importante tener claridad en los objetivos para llevar un orden, se presentan **los 7 pasos de la transformación digital**:

1. **Identificación de objetivos** - Determinar qué se quiere lograr con la transformación digital. Preguntarse en qué producto/servicio lo quiero hacer, cuántos productos y servicios tengo, lo quiero hacer en todos o en grupo o solo en los más rentables, etc.
2. **Evaluación de situación actual** - Realizar un análisis detallado de la situación actual de la empresa. Preguntarse dónde estoy parado, qué tipo de servicios tengo, cuento con todo lo necesario para cumplir una transformación digital y vender por canales digitales. Para entrar en el mundo del Internet y redes sociales es necesario viralizar, por lo tanto hay que tener una buena gestión de entrega de servicios y todo lo que implica.
3. **Definición de estrategias** - Establecer las acciones y estrategias a seguir para alcanzar los objetivos.
4. **Implementar cambios** - Poner en práctica las estrategias y tácticas definidas, para validar si las estrategias son adecuadas, en caso de que no lo sean definir mejor las tácticas, medir resultados en todo momento e innovar en todo momento basándose en los KPI's.
5. **Comunicar y formar al equipo** - Informar al equipo sobre los cambios y capacitarlos en las nuevas tecnologías .
6. **Medir resultados y evaluar** - Evaluar el éxito de los cambios y hacer ajustes si es necesario.
7. **Mantener proceso de transformación** - Continuar innovando y actualizando a la empresa.





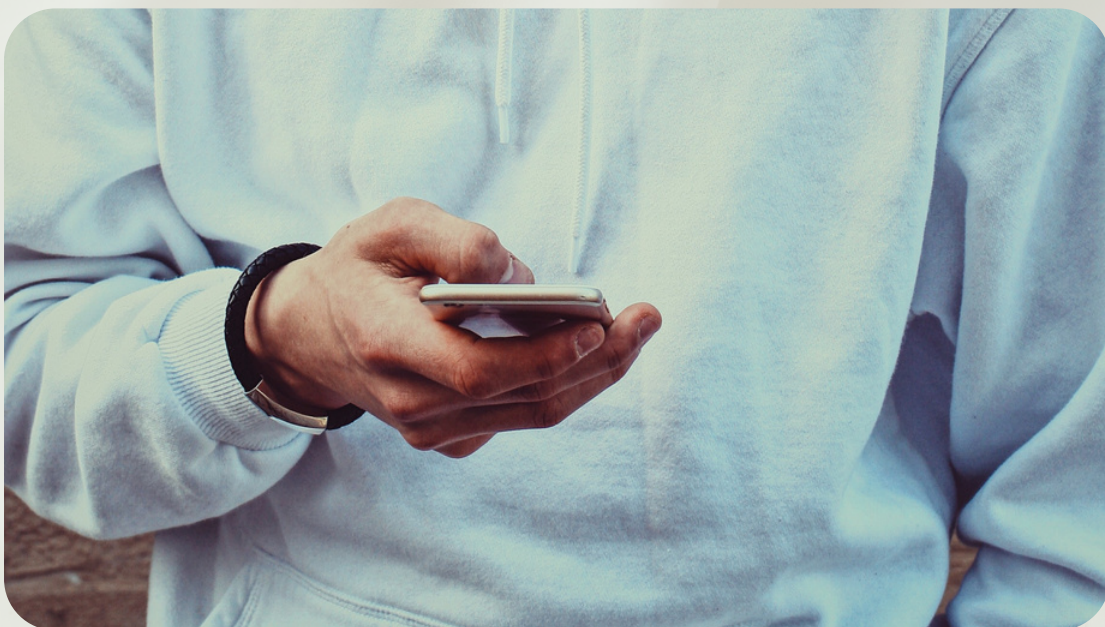
# TECNOLOGÍAS QUE MARCAN TENDENCIA EN EXPERIENCIA AL CLIENTE

- **Chatbot**

El Chatbot tiene dos formas, uno mecánico en el que solo se pueden dar preguntas y respuestas con una base de conocimiento limitada. A través de cualquier red social, se puede poner un bot y que puede contestar preguntas cerradas, cuando llega al punto de no tener conocimiento al respecto de tema o no te entiende, tiene la capacidad de pasar el chat con el contexto de la conversación a un operador que nos puede proporcionar información más específica. Este bot tiene la capacidad de realizar procesos repetitivos como agendar citas, enviar direcciones de sucursales, etc.

Existe también una versión más avanzada, la cual cuenta con una Inteligencia Artificial, a esta versión se le pueden realizar preguntas abiertas en las que te podrá contestar, pero al igual que la versión mecánica tendrá un límite, cuando llegue a ese límite también te podrá transferir con un operador para poder proporcionar información específica.

Dentro de los beneficios encontramos una reducción de costos, eliminar errores, quitar tareas repetitivas que cansa a los operadores que dan la atención directa, dar información al cliente de manera más ergonómica, así como el trato personalizado que incluso algunos clientes llegan a pensar que tienen contacto directo con el operador.





# TECNOLOGÍAS QUE MARCAN TENDENCIA EN EXPERIENCIA AL CLIENTE

- **Lead Rating**

Nos permite realizar calificaciones de marketing, que nos ayuda a entender un Journey, qué es lo que sucede con el cliente y cómo llamar su atención. Por ejemplo, al tener una página web de ropa con muchas secciones y líneas, dependiendo de cómo el cliente navegue dentro de la web es cómo se realiza el mapeo, entender en dónde se pierde la comunicación y generar pop ups para llamar la atención, se genere una interacción y no perder una venta, gracias a la Inteligencia Artificial.

Se priorizan llamadas de call center, reduce la cantidad de clientes no contactados, permite realizar acciones online segmentadas y predice la pérdida de clientes y adaptar estrategias.

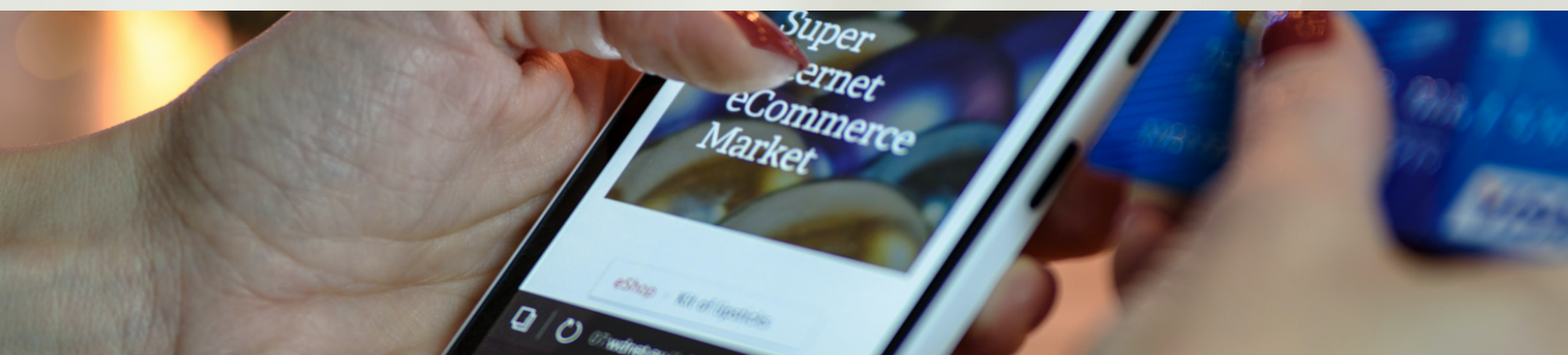
- **Sentimental & Speech Analytics**

Nos permite saber todo el Big Data que se esta generando con las interacciones que se tienen en la web y canales de comunicación, nos ayuda a saber qué es lo que el cliente opina, siente o si esta cómodo o no con el servicio. Se pueden analizar los sentimientos a través de voz con los patrones de la entonación, con las palabras que decimos y con el texto, gracias a los comentarios y sus intenciones; de esta forma sabremos como mejorar la satisfacción con el cliente.

Dependiendo de las áreas de oportunidad que genere sabremos como mejorar en el producto o servicio que ofrezca la empresa, de esta manera mejoraremos crisis y se clasificará mejor a los clientes.

- **Face ID para firma de documentos**

La mayoría de aplicaciones financieras están solicitando que no haya una suplantación de identidad, con los Face ID se obtienen biometricos del cliente y la identificación ayuda a saber si eres tú quién solicita la acción bancaria, además de evitar la suplantación y papeleo.





# TECNOLOGÍAS QUE MARCAN TENDENCIA EN EXPERIENCIA AL CLIENTE

- **Audience Marketing**

a través de las plataformas comunicación se envían mensajes dentro de la página para promocionarse dependiendo de lo que busque en cliente y lo que la empresa ofrezca como servicio o producto. Todo el tiempo monitorean la página de terceros como revistas digitales, fotos especializados, asociaciones, etc para generar pop ups .

de esta manera se automatizan y optimizan campañas, mejoran la conversión y generar algoritmos personalizados.



- **Real Time Bidding**

Redirige el tráfico, es parecido al Audience Marketing solo que en este apartado es más general, se realiza una promoción, que tiene un costo, dentro de una lista de posibles páginas web donde se puede generar leads y crear banners y poner anuncios de la marca con los productos o servicios.

- **Mantenimiento predictivos**

En esta sección entran los bots que es conectar todo los dispositivos tradicionales para empresas conectados a internet, que nos avisan si algo está mal fallando y envían información respecto a las actualizaciones y mantenimientos que requiere el dispositivo, nos permite realizar una análisis de funcionamiento adecuado de los elementos y solucionar muchos problemas.

# TECNOLOGÍAS QUE MARCAN TENDENCIA EN EXPERIENCIA AL CLIENTE



- **Metaverso**

Es un mundo alterno virtual donde se puede convivir de manera virtual en la que puedo tener conexiones con una personalidad que no te atreves a tener en físicamente. Se utilizan aparatos de realidad aumentada que nos permite introducirnos en este mundo virtual, haciéndonos creer que estamos en el mundo físico. Esto se empezó a realizar debido a las necesidad que surgió en pandemia de convivir con gente pero sin el riesgo de contagiarse. Este medio es utilizado por los gamers pero ahora las empresas los han tomado para llevarla a otro nivel y beneficiar el aspecto económico. Se refuerzan los elementos de algunas industrias en las que es complejo acudir directamente con el cliente para realizar una venta.



# EL PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN CX

Para finalizar la MasterClass, Rubén nos compartió un vídeo de cómo puede ser aprovechada la realidad virtual como empresa, específicamente Atento, que la utilizan dando un recorrido por un centro comercial para hacer el super desde casa de manera más dinámico.

El límite es tu imaginación, por lo tanto esta en nosotros innovar tomando en cuenta los procesos, definir objetivos y estrategias para saber qué tecnología es la adecuada para tu empresa.



**AMEC** MasterClass

**ATENTO**

AMEC es una asociación civil, sin ánimo de lucro, que promueve el desarrollo, difusión e implementación de las mejores prácticas en Experiencia del Cliente, tanto en México como en el resto de los países en LATAM. Somos una comunidad activa y punto de encuentro para el intercambio y colaboración entre líderes de grandes empresas, profesionales y expertos, unidos para el desarrollo y evangelización de esta disciplina, y para lograr el posicionamiento estratégico de la EC como elemento diferencial de las organizaciones.

**Sigamos en contacto a través de nuestros canales digitales.**



[LinkedIn](#)



[Facebook](#)



[YouTube](#)

**Escuchanos en las siguientes plataformas**



[Spotify](#)



[Apple Podcast](#)



[Google Podcast](#)



[iVoox](#)



[Suscríbete a la Newsletter de AMEC](#)