



24 MAYO 2022
9:00 A.M.

La Asociación Mexicana de Experiencia del Cliente te invita al webinar:

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO MEJORA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Sigue nuestras redes sociales

NUESTROS PONENTES



Alejandro Cosio Lozano

Customer Experience Senior
Manager



Eduardo Mouret

Chief Transformation Officer



MODERADOR



Gustavo Parés

Founder & CEO



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO MEJORA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE



La inteligencia artificial nos permite adquirir una gran cantidad de conocimiento, así como organizar y estructurarlo para diseñar e implementar estrategias que mejoren la relación con los clientes, lo que se traduce en un efecto favorable en la cuenta de resultados de la compañía.



LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO MEJORA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Desde la Asociación Mexicana de Experiencia del Cliente buscamos crear lazos que enriquezcan nuestro sector. Por ende, es de sumo agrado compartir este último AMEC Talk de Mayo del 2022 en la búsqueda de sumar esfuerzos para crear experiencias invaluable con los clientes.

Nuestra Directora, Marta Santiago, aperturó el evento resaltando la importancia de la información que nos puede brindar la inteligencia artificial y el beneficio que esta lleva al cliente.

Integrar temas de talento, marketing, experiencia del cliente, transformación digital e innovación (áreas que podrían parecer poco relacionadas), ayudan a transformar culturalmente la organización, así facilitando que la organización se centre en el cliente y este se ponga en la mira de todas las decisiones.



¿CUÁLES SON LOS PUNTOS DE DOLOR QUE ESTAN TRATANDO DE RESOLVER USANDO LA TECNOLOGÍA PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE?



Uno de los principales puntos es internamente con toda la información que tenemos, dejar de suponer y más bien trazar esta ruta de entender, conocer y asegurar lo que nuestros clientes quieren y así trabajar en pro de su beneficio.

Es un desafío hacer la vinculación con un cliente a grande plazo sin aburrirlo, mantenerlo interesado en el tema y motivandolo a que continúe contigo, el cuál no se va superar sin el apoyo de la tecnología.

Con la ayuda de herramientas de autoservicio, apps móviles, portales, entre otros, puedes crear y desarrollar contenido específico para el cliente en sus diferentes etapas, personalizando mejor el tema y creando una mejor recepción de su parte.



¿CÓMO ESCUCHAR AL CLIENTE Y APRENDER LO QUE TE ESTÁ DICIENDO UTILIZANDO LA TECNOLOGÍA, CULTURA Y DEMÁS ELEMENTOS QUE TIENES A TU DISPOSICIÓN?



La capacidad de las empresas de analizar millones de datos, responder en tiempo real y generar campañas con ellos, es una competencia requerida actualmente para no perder información de valor sobre el cliente.

Si bien actualmente contamos con investigaciones de mercado, focus groups, paneles en línea, entre otros, que siguen siendo muy valiosos para ciertos elementos, realmente lo que nos ha ayudado a dar un giro es la incorporación de un programa de voz del cliente soportado por algunas herramientas tecnológicas que integramos en distintos momentos del journey de nuestros clientes y de nuestros productos, para realmente escuchar como es la experiencia que están viviendo e identificar puntos rojos que pueden resultar problemáticos para la empresa.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL COMO MEJORA EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

La tecnología es un aliado que puede ayudar a entender e incluso fabricar mejores estrategias organizacionales y para el cliente, pero tenemos que generar esta coherencia de no desatender ninguna parte del journey, pasando desde el proceso más básico a lo avanzado.



Todo el público digital espera como oferta básica una atención 360 grados y una simplificación de procesos que pueden resultar tediosos para ellos.

AGRADECEMOS TU PARTICIPACIÓN

Síguenos en contacto a través de nuestras redes sociales.



[Pulsa aquí para ir a LinkedIn](#)



[Síguenos a través de YouTube](#)



[Escucha nuestro Podcast en Spotify](#)



[Encuétranos en Facebook](#)



[Visita nuestra página WEB](#)