

aivo

IA Conversacional para Banca: Cómo crear un asistente bancario resolutivo y omnicanal



Índice

— Palabras de Apertura

[CAPÍTULO 01:](#) Desafíos estratégicos de la banca online.

[01.](#) Expectativas de los clientes modernos

[CAPÍTULO 02:](#) IA Conversacional para Servicio al Cliente.

[01.](#) Qué es la IA conversacional

[02.](#) Cómo funciona la IA Conversacional

[03.](#) Ventajas de la IA Conversacional para mejorar la Experiencia del Cliente

[CAPÍTULO 03:](#) La importancia de un bot conversacional integrado y omnicanal.

[01.](#) Integraciones para mayor resolución

[02.](#) Integraciones y omnicanalidad, la ecuación perfecta

[CAPÍTULO 04:](#) Casos de uso para implementar en tu asistente bancario.

[CAPÍTULO 05:](#) Casos reales: la historia detrás de tres asistentes bancarios.

[01.](#) Banco Comafi

[02.](#) BAC Credomatic

[03.](#) Banco Bolivariano

[CAPÍTULO 06:](#) Conclusión y resultados esperados.

— Conócenos

— Referencias



Martín Frascaroli
CEO & FOUNDER | AIVO

“

La pandemia cambió las reglas del juego en la experiencia del cliente. Hoy, con la vuelta a la normalidad, los clientes están más demandantes y las compañías se encuentran ante un panorama lleno de oportunidades de digitalización. En este contexto, los bancos no son la excepción. Cuando se trata de elevar la experiencia bancaria, hay un sinfín de posibilidades impulsadas por las nuevas tecnologías conversacionales.

En este ebook, abordaremos herramientas y estrategias concretas para implementar un asistente bancario con IA conversacional resolutivo y omnicanal, así como también indagaremos en las nuevas expectativas de los consumidores. Por último, compartiremos la historia de tres bancos de Latinoamérica que están a la vanguardia en materia de digitalización”.

¡BUENA LECTURA!

01.

Desafíos estratégicos de la banca online

La pandemia y los avances tecnológicos de los últimos años revolucionaron la forma en que los clientes se comunican con las compañías. La cuarentena obligó a millones de personas en todo el mundo a buscar soluciones a sus problemas desde sus casas, así como también obligó a las empresas a implementar nuevas estrategias que puedan resolver las consultas de forma remota, asíncrona y omnicanal.

En este contexto, los bancos no han sido la excepción. Las gestiones que antes se realizaban en una sucursal o a través de llamados a un contact center, debieron ser digitalizadas para que los clientes las puedan realizar desde sus casas.

Este proceso de digitalización implicó varios desafíos durante los primeros meses de la pandemia. Por un lado, los bancos debieron migrar a los canales digitales que ya estaban utilizando sus clientes, como las redes sociales o WhatsApp. Por otro lado, debieron

digitalizar procesos que, hasta el momento, no se hacían de forma virtual. Y, por último, en muchos casos debieron educar a sus clientes en estos procesos de digitalización, especialmente para los segmentos de mayor edad.

Y, como si fuera poco, todo esto debió hacerse resguardando los parámetros de seguridad y privacidad esenciales de todo banco.

Los bancos que se adaptaron más rápido a este escenario fueron los que pudieron atender a sus clientes en tiempo y forma durante los meses más duros de la cuarentena.

Sin embargo, con la vuelta a la normalidad estos desafíos no se han ido a ninguna parte. Por el contrario, son estrategias que llegaron para quedarse en la Experiencia del Cliente, especialmente en el sector financiero.

“El mundo ha ido saliendo de la pandemia pero, en ese paso a la normalidad que hemos dado, los indicadores de digitalización se han mantenido y eso refuerza la idea de que estos cambios están para quedarse. Una vez que los clientes adoptan un hábito y aprenden los beneficios de poder hacer algo de forma remota, forman un hábito que se mantiene”

Joaquín Vargas Aubert,
Digital Experience Manager
de BAC Credomatic.

Expectativas de los clientes modernos

Durante la pandemia, clientes de todas las edades han aprendido a utilizar su home banking o aplicaciones digitales para realizar todo tipo de gestiones bancarias. Incluso los clientes de mayor edad han tenido que reemplazar los canales telefónicos o la sucursal física por vías digitales para resolver sus consultas.

Como consecuencia, hoy la gran mayoría de los clientes se acostumbró a resolver gestiones simples y complejas desde su casa, de forma instantánea, a cualquier hora del día y a través de canales de auto-servicio. **Aquel cliente que durante la pandemia descubrió la facilidad, transparencia y rapidez de los canales digitales, es un cliente que hoy**

probablemente no quiera volver a los canales tradicionales.

Entonces... ¿qué esperan los clientes modernos?

- **Resolución al instante:** Según un estudio de Hubspot, **82% de los clientes califican de “importante” o “muy importante” la inmediatez** de una respuesta cuando se contactan con una empresa. En el mundo acelerado en el que vivimos hoy, unos pocos minutos pueden diferenciar una buena experiencia de una experiencia fastidiosa. En este sentido, lo que buscan al interactuar con un banco es encontrar una resolución real a sus consultas.

- **Personalización:** hoy más que nunca los clientes esperan obtener respuestas personalizadas. **Quieren encontrar información sobre el estado de sus cuentas o sus productos bancarios de forma rápida y sin complicaciones.** Esto implica crear experiencias a la medida de cada cliente en base a las necesidades e información de cada uno.

- **Omnicanalidad:** ese aspecto se desprende del punto anterior, ya que brindar una experiencia personalizada también implica **estar en los canales que prefiere el cliente**, como [WhatsApp](#) o [Instagram](#), en vez de obligarlos a descargar una aplicación que no tienen instalada.

- **Disponibilidad 24/7:** las consultas e inconvenientes pueden surgir a cualquier hora, cualquier día de la semana, y los clientes quieren poder encontrar una solución en el momento que lo desean.

Todo esto implica grandes desafíos para las compañías, pero la IA conversacional se ha convertido en una gran aliada para poder estar a la altura de la situación. Esta tecnología no solo permite responder preguntas de forma automática y 24/7, sino que permite digital procesos de forma integral, **centralizando las gestiones bancarias en un solo lugar de forma conversacional, simple, ágil y personalizada.**



02.

IA Conversacional para Servicio al Cliente

La IA conversacional se ha convertido en una de las mayores innovaciones de los últimos años para la experiencia del cliente.

Pero antes de explicar cómo puede ayudarte a impulsar tus estrategias bancarias, repasemos brevemente qué es esta tecnología y cómo funciona.

Qué es la IA conversacional

Cada vez más empresas están adoptando plataformas de IA conversacional para automatizar procesos y hacer la experiencia del cliente más eficiente. **Para 2024, Global Market Insights estima que el mercado de esta tecnología superará los 1.3 mil millones de dólares.**¹ Increíble número pero, ¿qué es esta tecnología?

Antes de indagar en este concepto, debemos entender que se trata de una versión más potente, innovadora y avanzada de los chatbots. El diccionario de Oxford define

“chatbot” como “un programa de computadora diseñado para estimular la conversación con usuarios humanos, especialmente en internet”.² También conocido como “asistente virtual”, un chatbot está diseñado para responder a determinadas preguntas con determinadas respuestas.

Si hay una función que destaque a los chatbots es su posibilidad de responder una consulta al instante. Ya sea implementado en un sitio web o desde las diferentes aplicaciones de mensajería, los chatbots trabajan 24/7.

Ahora bien, existen muchos tipos de chatbots, pero no todos tienen la capacidad de dialogar sin limitaciones. Mientras que un chatbot o bot se limita a responder a través de flujos estructurados, una plataforma impulsada por IA conversacional permite **dialogar con los usuarios de forma fluida y desestructurada, entablando conversaciones naturales que verdaderamente agreguen valor.** Estos,

además, pueden detectar la verdadera intención del texto, entendiendo las consultas sin importar la forma en la que se formulan. La generación aún está en la escuela primaria o jardín de infantes (incluso, algunos aún no han nacido), aún no participan en los mercados objetivo de instituciones de educación superior, aunque pronto lo harán.

Cómo funciona la IA Conversacional

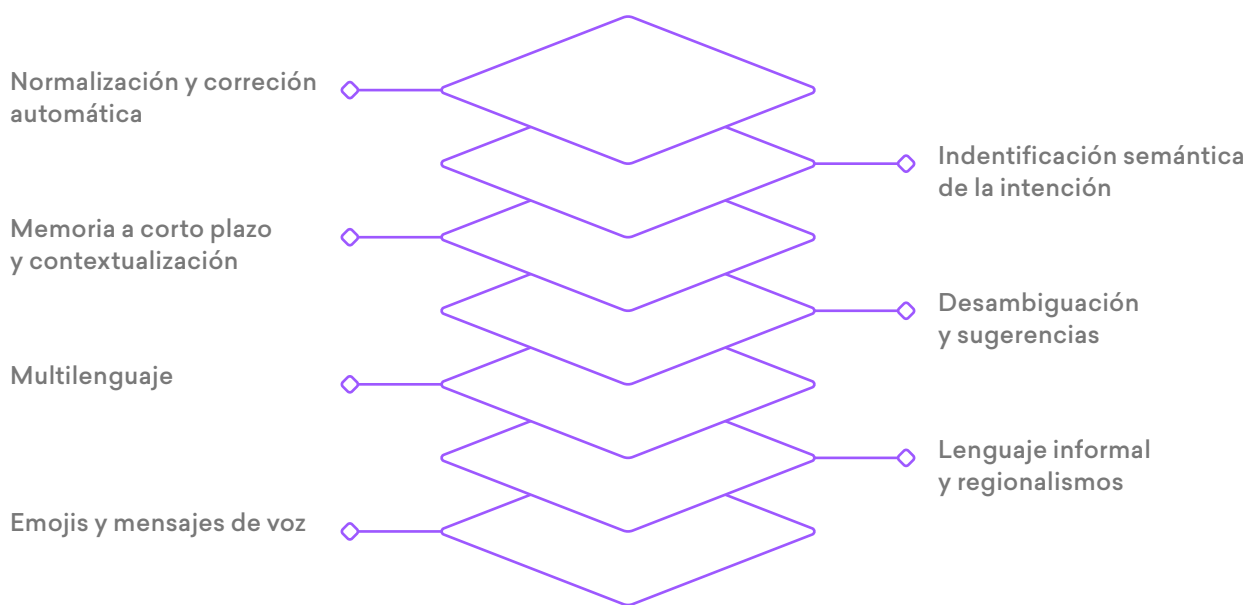
La tecnología de IA conversacional suele basarse en motores lingüísticos o semánticos que pueden interactuar y comprender el lenguaje natural, similar al humano. El motor semántico, una versión evolucionada del motor lingüístico, utiliza múltiples tecnologías de **IA para garantizar interacciones modernas, instantáneas y eficaces.**

¿Cómo lo hace? Veamos sus capacidades más importantes, basadas en el [motor semántico conversacional de Aivo](#):

- Para garantizar la comunicación, el motor semántico **identifica los errores tipográficos y ortográficos** y elimina los caracteres innecesarios. Si los errores son más complejos, corrige la frase en un nivel semántico más profundo.
- Hay diferentes formas de decir lo mismo, y una frase puede tener múltiples significados. Por eso un motor semántico también es capaz de **identificar la intención del mensaje** y su relevancia más allá del texto escrito.

- **La memoria a corto plazo** del motor conecta una pregunta con la anterior para asegurarse de que el cliente recibe la información que busca.
- El motor de Aivo **evalúa con precisión las posibles respuestas y selecciona la mejor.** Ante preguntas largas o imprecisas, aclara y ofrece sugerencias para una conversación eficaz. Las consultas no resueltas se envían a la sección de entrenamiento de la plataforma para seguir evolucionando.
- Disponibilidad para adaptarse a **múltiples idiomas**, como el español, el inglés, el portugués, el italiano, el alemán y el francés, entre otros. También entiende los regionalismos y la jerga, al igual que los emojis y las notas de voz para mantener conversaciones similares a las humanas.

Así funciona la **Inteligencia Artificial Conversacional** de Aivo



Ventajas de la IA Conversacional para mejorar la Experiencia del Cliente

Yendo a lo más básico, una plataforma de IA conversacional o [chatbot conversacional](#) permite a las compañías **brindar atención 24/7 y de forma inmediata**, funcionando como un canal de auto-servicio para los clientes y disponibilizando la información. Esas fueron históricamente las principales ventajas de los chatbots que la IA conversacional conserva hasta el día de hoy.

Sin embargo, el verdadero poder de esta

tecnología está en muchas otras funcionalidades que la convierten en una **solución end-to-end para servicio al cliente**. Veamos algunas de ellas:

- **Conversaciones abiertas y naturales:** A diferencia de un flujo estructurado de preguntas y respuestas, al conversar con una plataforma de IA conversacional tus clientes podrán hacer sus preguntas de la manera que prefieran. Como explicamos antes, esta tecnología está desarrollada para establecer conversaciones abiertas y desestructuradas, comprendiendo todo tipo de interacciones.

Así, la experiencia será más fluida, empática y similar a una interacción humana.

- **Integraciones con otras plataformas:** Se trata de la capacidad de un bot con IA conversacional para integrarse o conectarse con otras plataformas. En el caso de los bancos, es lo que permite que tu bot se conecte con un CRM u otro software que utilices para que pueda enviar información personalizada a un cliente cuando pregunta su saldo, últimos movimientos de su cuenta o vencimiento de la tarjeta.

- **Omnicanalidad:** No solo se trata de estar presente en todos los canales, sino de adaptar la experiencia automáticamente según las características de cada uno de ellos. Así, podrás brindar la misma calidad de atención en todos los canales, pero a través de interacciones fluidas que utilizan lo mejor de cada canal.

- **Privacidad y seguridad:** Una plataforma conversacional con IA para un banco puede y debe cumplir con ciertos [parámetros de seguridad](#), como encriptación y cifrado de datos.

- **Transferencias automáticas y transparentes a un Live Chat:** En casos complejos que requieren intervención humana, puedes transferir a un agente en vivo en tu live chat sin salir de la ventana de chat.

- **Escalabilidad:** No importa si necesitas

resolver una o un millón de consultas, las plataformas con IA conversacional son escalables. Es decir, tienen la capacidad para responder la cantidad de consultas que sean necesarias sin ningún tipo de intervención técnica o humana.

- **Facilidad de uso e implementación**

no-code: Una plataforma conversacional para servicio al cliente debería poder implementarse o modificarse sin necesidad de acudir a un equipo técnico. Así, cualquier persona del equipo podrá utilizarla y modificar su contenido.

- **Notificaciones y mensajes proactivos:** Al no ser simplemente un flujo de preguntas y respuestas estructuradas, con una plataforma de IA conversacional también podrás comenzar la conversación con tus clientes cuando lo desees a través de notificaciones push o mensajes proactivos por WhatsApp.

Con Engage de Aivo puedes iniciar conversaciones con tus clientes en WhatsApp enviando notificaciones proactivas sobre promociones, lanzamientos, re-stock o disponibilidad de un producto, y estado de una compra.



CONOCE MÁS SOBRE ENGAGE

03.

La importancia de un bot conversacional integrado y omnicanal

Como mencionamos en el capítulo anterior, dos de los grandes diferenciales de la IA conversacional son su capacidad tanto para integrarse con otras plataformas como para adaptarse a múltiples canales de forma automática. Veamos en profundidad cada uno de estos puntos.

Integraciones para mayor resolución

Las integraciones son las que diferencian un simple bot de preguntas frecuentes con un verdadero asistente bancario. Mientras que el primero se limita a responder con respuestas descriptivas o instructivas, el segundo puede resolver gestiones 100% dentro de la ventana chat.

¿Qué es una integración? Se trata de la conexión entre dos o más plataformas, softwares o herramientas digitales para migrar

datos y funcionar en conjunto, permitiendo potenciar y complementar sus funcionalidades.

Veamos un ejemplo: Cuando un cliente pregunta a un bot conversacional cuál es el saldo disponible de su cuenta, lo que espera es que el bot pueda brindarle efectivamente el saldo, no una guía instructiva sobre cómo descargar la app del home banking y, desde allí, ver el saldo. Esta simple respuesta es lo que diferencia una experiencia resolutiva y ágil de una experiencia compleja y con fricciones.

Para esto, **es clave poder integrar tu plataforma de IA conversacional con todos los softwares que ya utilizas**, sea tu plataforma bancaria, tu CRM o tu herramienta de email marketing, entre otras.

Beneficios de una plataforma integrada para tus clientes:

- Obtener respuestas personalizadas.
- La posibilidad de realizar transacciones de principio a fin sin salir de la ventana de chat. Por ejemplo, realizar una transferencia bancaria, activar una tarjeta o descargar el resumen de su cuenta.

Beneficios de una plataforma integrada para tu equipo:

- Automatizar transacciones sin pasar por un agente humano.
- Agilidad en los procesos, tanto para el cliente como para el agente humano si tuviera que intervenir en un caso complejo.
- Reducir el tiempo promedio de atención.
- Mejorar la satisfacción del cliente y, por ende, la retención.

El rol de la omnicanalidad

A la posibilidad de integrarse con múltiples plataformas, los chatbots con IA conversacional tienen un segundo poder que ya mencionamos: **La capacidad de adaptarse automáticamente a cualquier canal, respetando las características y dinámicas de cada uno.**

Esto significa que pueden entablar conversaciones abiertas en canales como web chat, [WhatsApp](#), [Instagram](#), [Facebook Messenger](#), una app móvil y mucho más sin

que tengas que hacer ningún esfuerzo adicional. El mismo contenido que ya está disponible para un canal será adaptado a cualquier otro que tengas disponible, permitiéndole al usuario resolver sus dudas por el canal que prefiera.

Esto es clave porque no todos los clientes eligen los mismos canales para comunicarse con las compañías. Algunos eligen el home banking o el bot a través de la app, las generaciones más jóvenes quizás prefieren Instagram, y muchos otros quizás prefieren WhatsApp.

Veamos un ejemplo concreto. Imagina que necesitas implementar un canal digital para comunicarte con el segmento de clientes de mayor edad. Probablemente estas personas no se sientan tan cómodas descargando aplicaciones, ingresando sesión, y navegando una app móvil con la que no tienen familiaridad.

Por el contrario, lo más probable es que decidan utilizar [WhatsApp](#) para comunicarse con su banco. Ya que es la aplicación que más utilizan en su vida diaria para comunicarse con familiares y amigos, ya la tienen instalada y saben cómo utilizarla. **Poder brindarles asistencia digital en este canal sin derivarlos a otro lado y solucionando todas sus consultas o gestiones sin salir de la ventana de chat es una forma empática y resolutiva de brindarles soporte.**

Ahora imagínate un millennial o centennial. Estos jóvenes pertenecen a generaciones que priorizan la inmediatez por sobre todas las cosas y su canal predilecto es [Instagram](#). Ellos valorarán más un banco que les brinde una atención completa en este canal antes que a uno que los obliga a atravesar procesos complejos, burocráticos y lentos en otros canales en los que no se sienten cómodos.

Integraciones y omnicanalidad, la ecuación perfecta

Ya hablamos de la importancia de las integraciones para mayor resolución, así como del rol de la omnicanalidad para una experiencia inmediata, empática y personalizada.

Ahora bien, imagina una experiencia que combine ambos aspectos: por un lado, las consultas transaccionales y resolutorias y, por otro, la posibilidad de entablar este tipo de interacciones en el canal predilecto de cada cliente. **¿El resultado? Un verdadero asistente bancario al alcance de un simple mensaje.**

Las posibilidades son infinitas: Tus clientes podrán consultar su saldo por WhatsApp, solicitar el resumen de su tarjeta por Instagram, activar una tarjeta de débito por Facebook Messenger, o incluso solicitar un préstamo por el bot de la app. Todo depende de las integraciones que tengas implementadas y los canales que tengas activados.



¿Lo mejor? **Todas estas posibilidades se configuran solo una vez y luego se adaptan automáticamente a cada canal, reduciendo los esfuerzos de tu equipo.** Además, si necesitas editar alguna respuesta, podrás hacerlo sin código y sin la intervención de alguien con conocimientos técnicos.

Lo único que necesitas considerar es una forma de autenticación de usuario para que cada cliente pueda verificar su identidad y así ingresar a sus datos.

04.

Casos de uso para implementar en tu asistente bancario



Como ya mencionamos en el capítulo anterior, las posibilidades son infinitas. Al integrar tu bot conversacional con otras plataformas y herramientas podrás resolver un sinnúmero de consultas y problemas de tus clientes de forma rápida, eficiente

Veamos algunos casos de uso increíbles que puedes implementar en tu estrategia:

Apertura de cuenta online

Atraer nuevos clientes es clave para todo banco. Y, para esto, simplificar todo tipo de gestión inicial puede ayudarte a captar más rápido a tu cliente potencial. En vez de citarlo en la sucursal física, hacerlo esperar al teléfono o pedirle que haga gestiones complejas en el home banking, ¿por qué no ayudarlo a abrir una cuenta de la forma más ágil y fácil posible?

Con un bot conversacional integrado a tu plataforma bancaria, tus nuevos clientes podrán abrir su cuenta en pocos segundos a través de su canal favorito.

Imagina a un joven que está buscando un banco donde abrir su primera cuenta. Tiene dos opciones: un banco que le solicite presentarse físicamente temprano en la mañana, y otro que simplemente le da la opción de enviar la documentación por WhatsApp. ¿Qué banco crees que elegirá? ¡Exacto! El segundo banco ahora tiene un nuevo cliente.


Asistente Virtual

TrustBank

¡Hola! Soy tu asistente bancario. ¿Cómo puedo ayudarte?

Hola, quiero abrir una cuenta

¡Genial! Te damos la bienvenida a Trust Bank. ¿Cómo es tu nombre?

María González

¡Un gusto conocerte! 😊

¿Qué tipo de cuenta te interesa?

Cuenta Corriente

Caja de Ahorros

Cuenta Corriente

Excelente 🙌 Ingresas ahora tu número de identidad.

58937812

¡Perfecto! Ya casi estamos listos. Por último, ¿Me compartes una dirección de correo electrónico?

mfernandez@email.com

¡Muchas gracias! 🙌 Recibirás un email con toda la información sobre tu nueva cuenta.

Escribe aquí tu mensaje



aivo

16

Autenticación de identidad por voz

Para que tus clientes puedan efectivamente acceder a sus datos y resolver consultas transaccionales, primero deberán autenticarse. Puedes utilizar diferentes metodologías para lograrlo, pero... ¿por qué no hacerlo de la forma más familiar para ellos? Con solo un mensaje de audio a través de WhatsApp, podrán autenticarse a través de biometría por voz y, en solo unos segundos, comenzar a realizar sus gestiones en la misma ventana de chat.



Banorte, uno de los bancos más grandes de México, realiza este tipo de autenticación en Pensiones Banorte para identificar a sus clientes pensionados a través de AgentBot, el bot de Aivo. Sobre esto, Julián Abascal, Director General de Pensiones Banorte, comentó en una entrevista con Aivo: “No podríamos tener servicios digitales si no tuviéramos la seguridad de que la persona que estamos enrolando es la persona. Desde que vemos al cliente en el primer contacto nos presenta su credencial, va a la base de datos nacional, y nos contesta que al poner la huella el cliente sí es el cliente”.

“Ha sido tan exitoso que hoy es el canal por el que más préstamos colocamos al sistema de pensionados, un 70% es a través de canales digitales y cerca del 60% es gracias a la biometría de voz.”

Iván Miguel Aguirre,

Director de Análisis y Canales Alternativos de Pensiones Banorte

Por todo esto, **Banorte fue destacado en Aivo Awards 2021** por ser uno de los mejores casos de **experiencia transaccional**.



[MIRA LA ENTREVISTA COMPLETA](#)

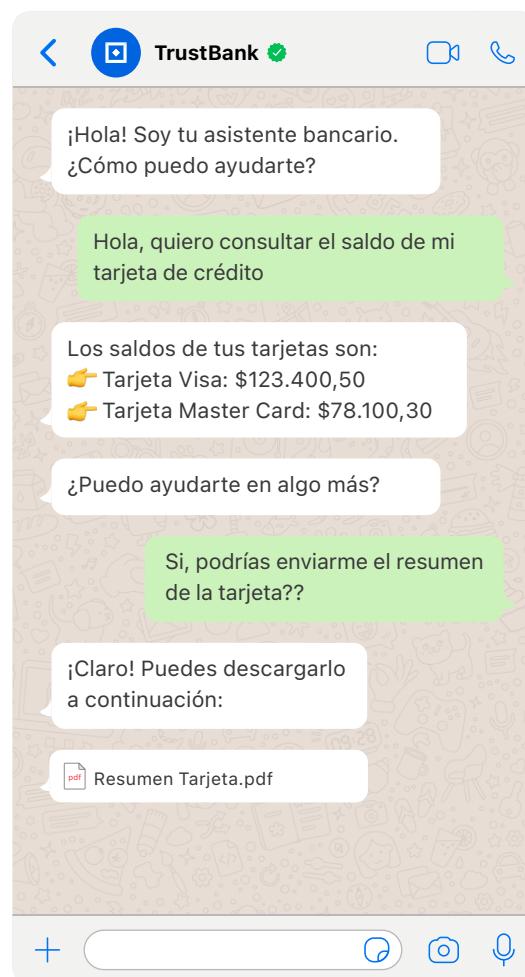
Consulta de saldos, últimos movimientos, Alias/CBU y resumen de cuenta

Con un ecosistema digital integrado, tus clientes podrán acceder a toda su información bancaria desde cualquier canal, a cualquier hora, y tan solo conversando con tu bot. Imagina, por ejemplo, poder hacer todo tipo de gestión por WhatsApp tan solo enviando un mensaje.

Así, tus clientes no necesitan descargar una app, iniciar sesión y navegar en busca de la información. Simplemente deben preguntarle al bot lo que necesitan y de forma inmediata y 24/7 obtener una respuesta.

Ese es el caso de [Banco Comafi](#), un banco argentino que está siempre a la vanguardia en materia de innovación. A través de Sofía, su bot conversacional con la IA conversacional de Aivo, sus clientes pueden obtener todo tipo de información a través de WhatsApp. Con tan solo saludar a Sofía a través del chat, ella brindará un extenso menú con todas las consultas y transacciones que el cliente puede gestionar desde allí.

Te contamos más sobre su historia en el próximo capítulo.



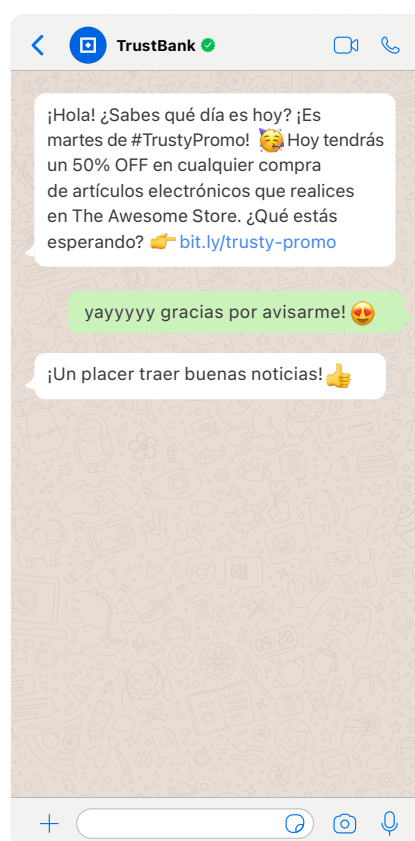
Solicitud de aumento de límite en tarjeta de crédito

Los consumidores esperan que los bancos saquen provecho de la información que ya tienen de ellos para poder realizar gestiones de forma ágil. Entre esas gestiones, se encuentra la solicitud de aumento del límite de crédito en compras con tarjeta de crédito. Lejos quedaron los días en que había que ir a sucursal física a presentar documentación de ingresos. Hoy, los bancos pueden reconocer los ingresos de una cuenta y autorizar el aumento de límites automáticamente a través de un bot conversacional preparado para hacerlo.



Envío proactivo de promociones

Seguramente en tu banco implementes diferentes campañas de fidelización para tus clientes, como promociones específicas en ciertos días o ciertas tiendas. Puedes aprovechar las notificaciones de WhatsApp para recordarle esto a tus clientes y asegurarte de que estén al tanto de todos tus beneficios.



Solicitud de token

Los clientes que ya tienen instalada la app del home banking y se sienten cómodos navegándola, seguramente la utilizarán con regularidad para solicitar el token en diferentes situaciones.

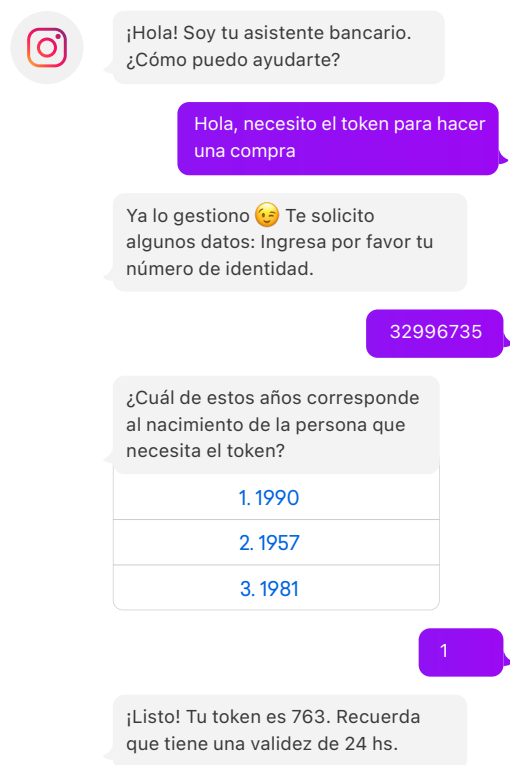
Pero... ¿qué pasa con aquellos clientes que no se sienten cómodos utilizando aplicaciones que no conocen? Allí es donde poder brindarles la misma información en otros canales es esencial.

Por ejemplo, imagina a un cliente queriendo hacer una transferencia por primera vez o realizando una compra. Con tan solo escribirle

al bot por WhatsApp y solicitando el token, podrán obtenerlo en segundos sin descargar ninguna aplicación ni hacer ningún esfuerzo extra.

Realizar pagos de servicios

Pagar servicios ya no es ni debería ser una gestión lenta y burocrática. Por el contrario, a través de una integración entre el bot y el home banking, tus clientes podrán gestionar los pagos del agua, luz, gas, telefonía celular, internet o cualquier otro a través de su bot. Con tan solo decirle “quiero pagar mis servicios”, el bot guiará a tus clientes hasta completar todos sus pagos en las plataformas correspondientes.



WhatsApp chat interface showing a conversation about requesting a token.

Bot: ¡Hola! Soy tu asistente bancario. ¿Cómo puedo ayudarte?

User: Hola, necesito el token para hacer una compra

Bot: Ya lo gestiono 😊 Te solicito algunos datos: Ingresa por favor tu número de identidad.

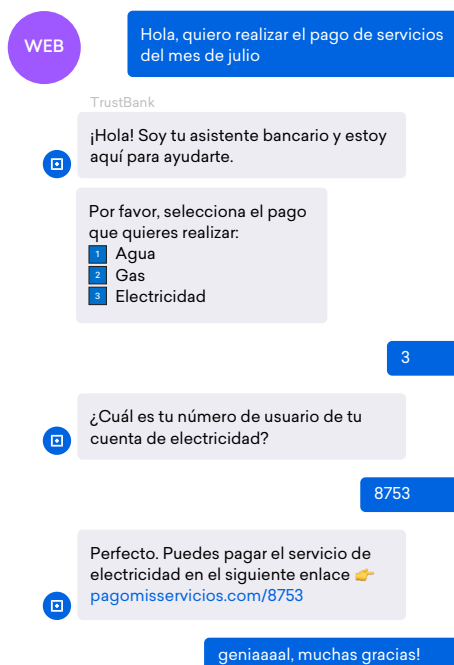
User: 32996735

Bot: ¿Cuál de estos años corresponde al nacimiento de la persona que necesita el token?

1. 1990
2. 1957
3. 1981

User: 1

Bot: ¡Listo! Tu token es 763. Recuerda que tiene una validez de 24 hs.



Web chat interface showing a conversation about paying services.

User: Hola, quiero realizar el pago de servicios del mes de julio

TrustBank Bot: ¡Hola! Soy tu asistente bancario y estoy aquí para ayudarte.

Bot: Por favor, selecciona el pago que quieres realizar:

- 1 Agua
- 2 Gas
- 3 Electricidad

User: 3

Bot: ¿Cuál es tu número de usuario de tu cuenta de electricidad?

User: 8753

Bot: Perfecto. Puedes pagar el servicio de electricidad en el siguiente enlace 📄 pagomisservicios.com/8753

User: geniaaaaal, muchas gracias!

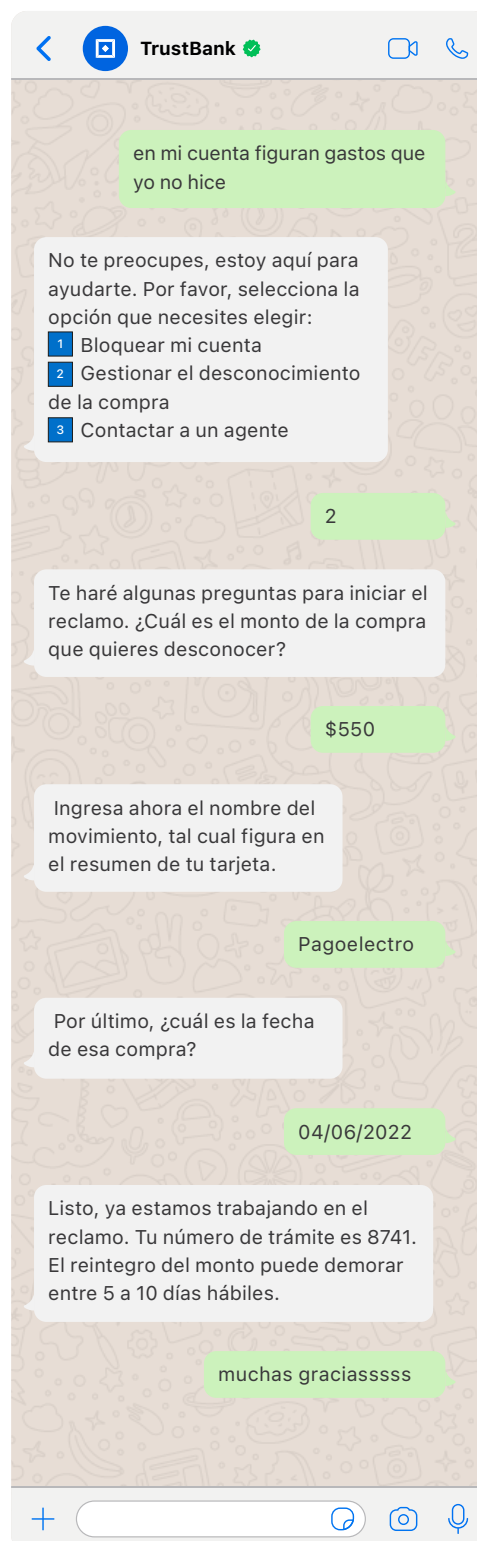
Gestión de reclamos

No hay nada más frustrante para un cliente que tener un reclamo y no saber dónde realizarlo. Mucho peor es cuando las líneas telefónicas están saturadas o simplemente no saben a qué número comunicarse.

¿Por qué no simplificar estas gestiones y quitarle un problema a tus clientes? Con un bot integrado, podrán reclamar movimientos no reconocidos, desbloquear una cuenta y cualquier otro problema que pueda surgir con su cuenta bancaria o sus tarjetas.

Además de la integración, puedes contar con un [Live Chat](#) que transfiera la conversación a un humano en casos complejos de forma automática y sin salir de la ventana de chat. Así, te asegurarás de que tus clientes puedan comunicarse con un humano en caso de que lo necesiten.

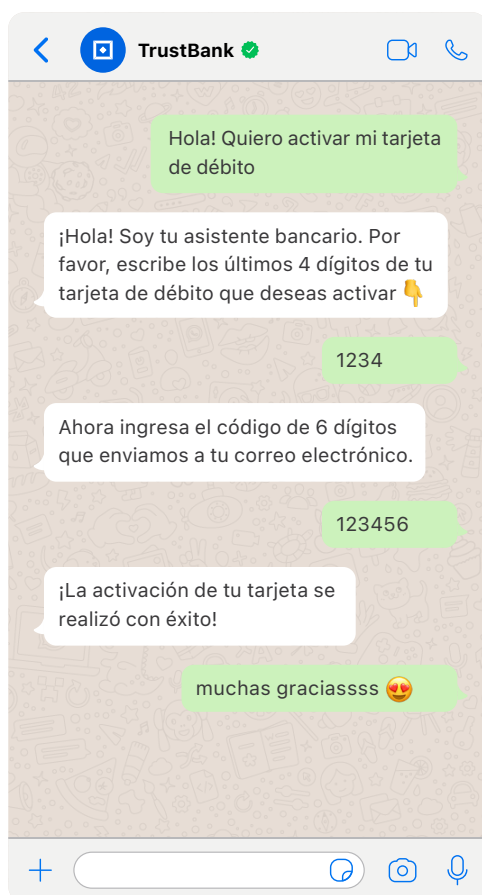
De esta forma, podrás solucionar los reclamos de forma ágil, rápida y simple desde un mismo lugar, facilitando los procesos de tus clientes y mejorando la experiencia de tu marca.



Activación de tarjeta de débito

Tener que ir a un ATM o cajero automático para activar una tarjeta de débito es cosa del pasado. Actualmente, los clientes esperan resolver todo tipo de transacciones desde la comodidad de su casa, especialmente cuando se trata de gestiones burocráticas y simples.

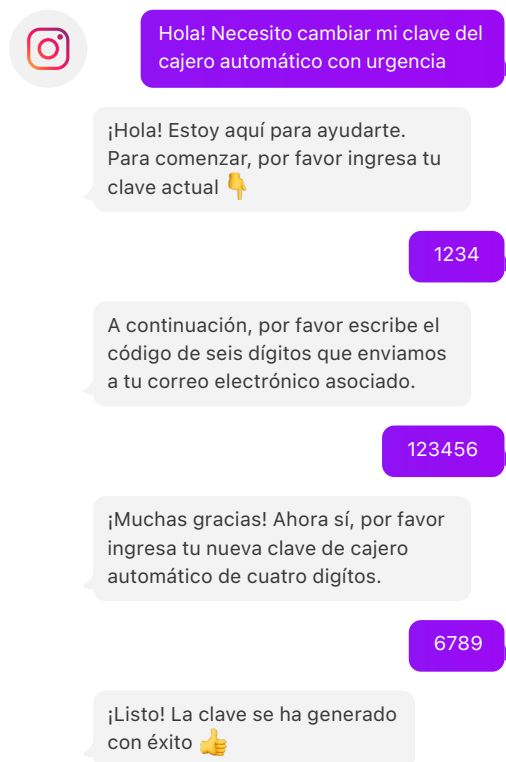
Por eso, activar una tarjeta de débito desde un bot conversacional en WhatsApp, Facebook, Instagram o cualquier otro canal ahora es totalmente posible. Puedes utilizar un código QR que se envíe junto a la tarjeta de débito para que tus clientes accedan al bot, comprueben su identidad, y activen la tarjeta en tan solo unos segundos.



Gestión de seguridad

La seguridad es el aspecto más importante para un cliente al interactuar con un banco. Los clientes esperan que su capital y sus datos estén resguardados, así como esperan poder solucionar en pocos segundos cualquier inconveniente que vulnere su seguridad. Esto es así especialmente en la actualidad debido al auge de las estafas digitales.

Por eso, la doble autenticación a través de un correo electrónico o un número de celular es esencial en las transacciones digitales. También es recomendable brindar la posibilidad de realizar un cambio inmediato de la clave del ATM o de la clave telefónica.

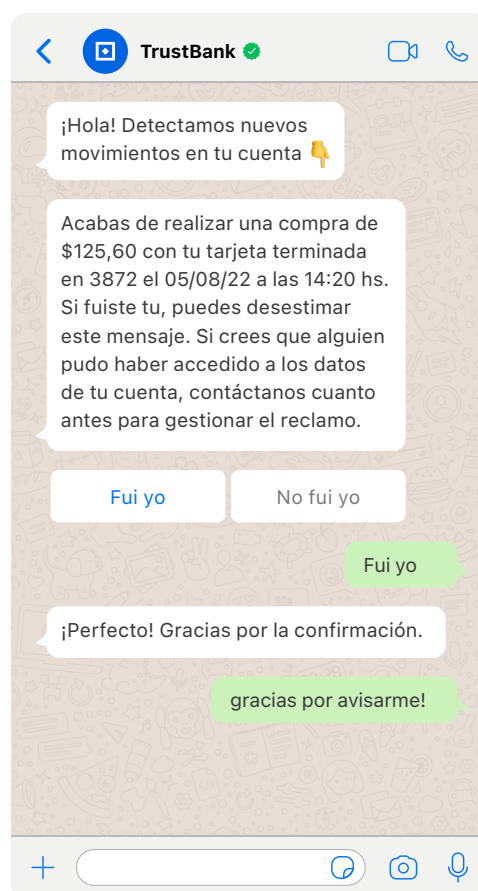
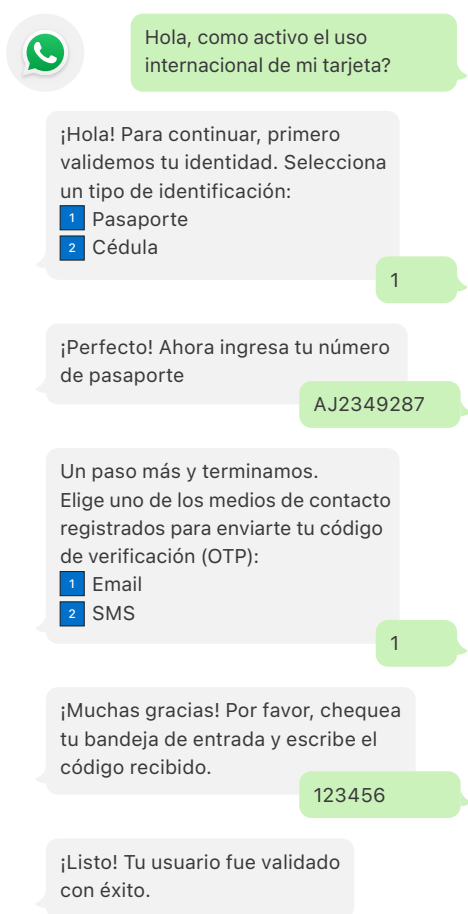


Cuando un cliente identifica que su seguridad y privacidad han sido vulneradas, debe poder actuar en el instante para proteger su cuenta. Y, sin dudas, será más fácil poder hacer esos cambios y reclamos a través de las aplicaciones de mensajería que ya utiliza de forma inmediata en vez de tener que llamar a números de teléfono que desconoce.

En estas situaciones, cada segundo cuenta y el tiempo ahorrado a través de un canal inmediato será esencial para solucionar el problema.

Prevención de fraude a través de notificaciones proactivas

Los bancos también pueden hacer uso de las notificaciones proactivas para alertar a sus clientes de movimientos y transacciones. Cuando un cliente lo solicita, puedes enviarle notificaciones automáticas por WhatsApp para alertarlo de los movimientos y transferencias que se realizan desde su cuenta o tarjetas. Así, podrán detectar cualquier gasto dudoso y tomar las medidas necesarias de forma inmediata.

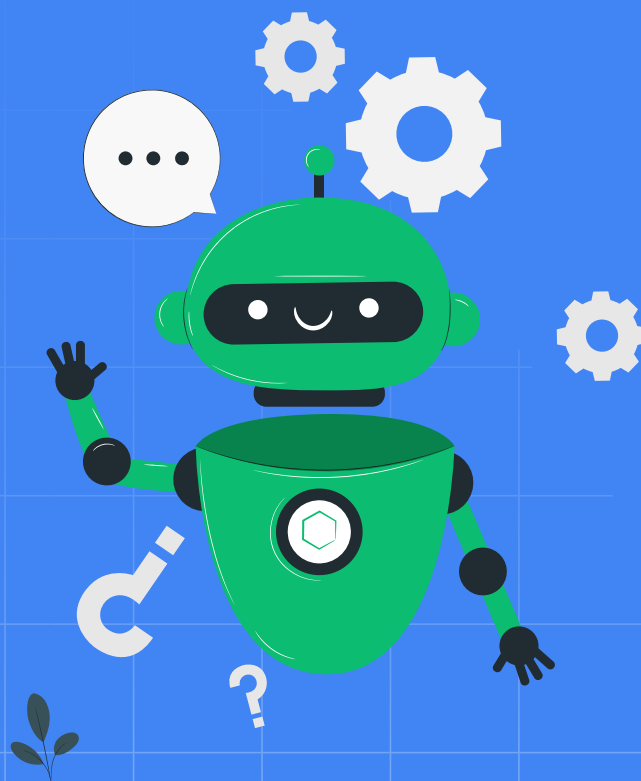


05.

Casos reales:

La historia detrás de tres asistentes bancarios.

A continuación, compartimos la historia de tres bancos que utilizan AgentBot, el bot conversacional con IA de Aivo, y cómo utilizan las integraciones para elevar la experiencia al cliente.



Banco Comafi

[Banco Comafi](#), destacado por marcar la diferencia en términos de innovación e incorporación de nuevas tecnologías, está liderando un proceso de digitalización en la industria bancaria argentina, utilizando la inteligencia artificial conversacional de Aivo para mejorar la experiencia de sus clientes.

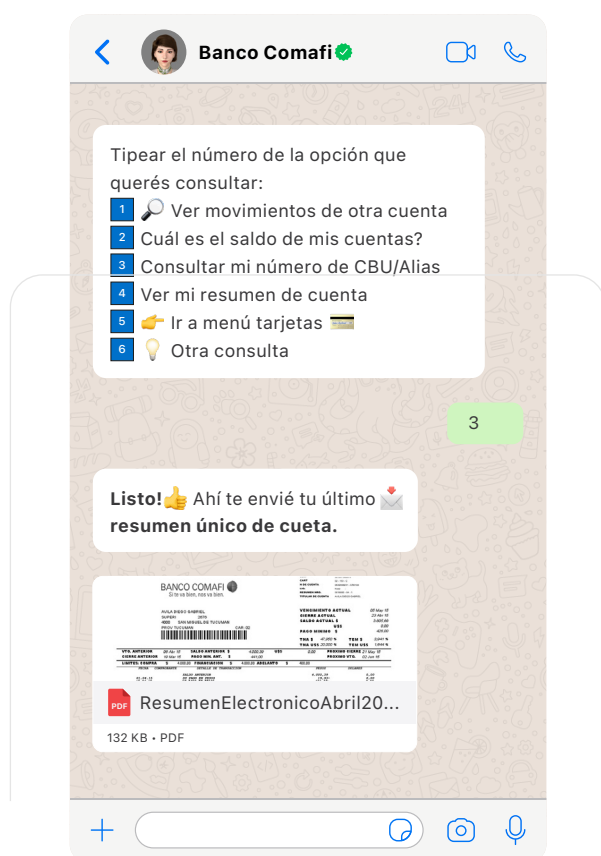
Con el objetivo de implementar un nuevo canal de comunicación que responda 24/7 y de forma instantánea, personalizada y resolutiva para brindar soporte de primer nivel, Banco Comafi creó a Sofía, su bot impulsado con IA conversacional.

Sofía se encarga de personalizar la experiencia de los clientes al ser su asistente bancario personal en WhatsApp.

Gracias a sus integraciones con las plataformas del banco, Sofía se encarga de:

- Reconocer al cliente y llamarlo por su nombre.
- Activar la tarjeta de débito.
- Brindar información personalizada, inmediata y 24/7 sobre:

1. Saldos y últimos movimientos de la cuenta.
2. Alias/CBU.
3. Monto disponible en la tarjeta de crédito.
4. Próximo cierre y vencimiento de las tarjetas.
5. Último resumen de cuentas y tarjeta de crédito en formato PDF (el cual es visualizado dentro de la misma aplicación y puede descargarse al dispositivo).



Con todo esto, sin dudas el impacto de Sofía en los últimos años fue superlativo.

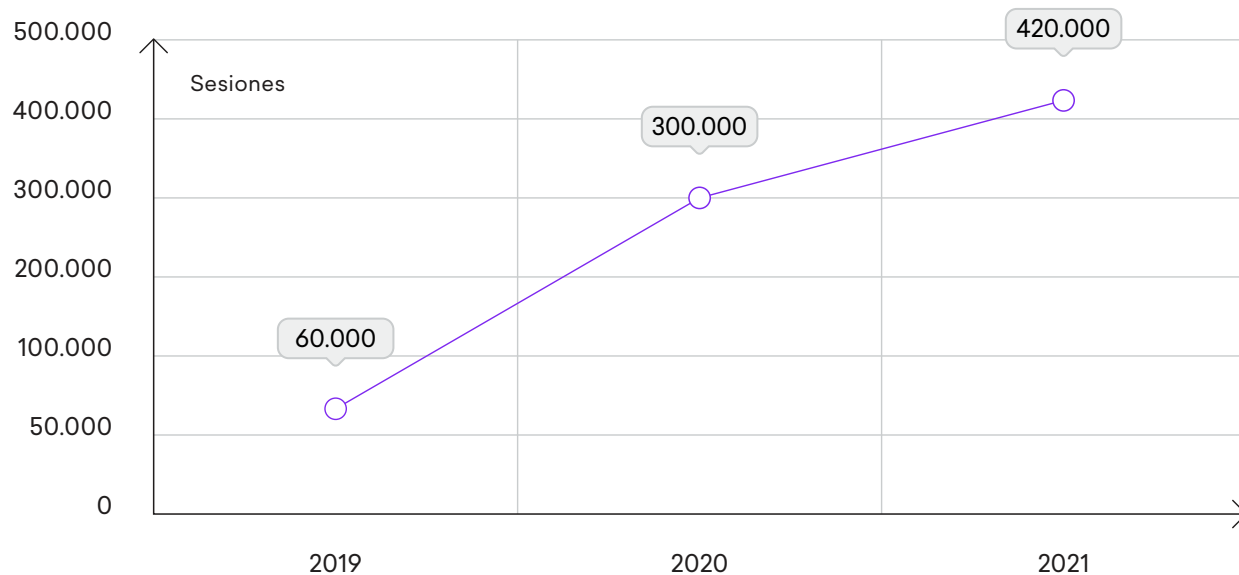
- Creció un 387% en 2020 y un 40% en 2021.
- En el último trimestre de 2021, atendió a más de 27.000 clientes en 40.000 sesiones que generaron más de 150.000 interacciones en promedio por mes, con una efectividad del 95% y un tiempo promedio inferior a 1 minuto.
- Alcanzó una satisfacción media de los usuarios de 4,5 estrellas sobre 5.



El impacto de Sofía

aivo

BANCO COMAFI 



BAC Credomatic

[BAC Credomatic](#), uno de los bancos más importantes de Centro América y el Caribe, implementó su plataforma de IA conversacional en los seis países en los que se encuentra presente: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Honduras, y Panamá.

En todos ellos el bot puede asistir por webchat, y en Costa Rica y Guatemala también puede hacerlo por Facebook Messenger, brindando una opción más a sus clientes.

Pero lo que convierte a este bot en un asistente bancario excepcional son sus integraciones. Actualmente, la plataforma con IA puede responder consultas del saldo, puntos acumulados, estado de una cuenta, tipo de cambio (dólar/euro), e información del seguro social.

Además, la solución con IA conversacional está conectada a otras herramientas de servicio al cliente, como [Genesys Engage](#), permitiéndolo así derivar consultas a agentes humanos.

Como resultado, en 2021 el **bot respondió eficazmente al 94% de las consultas recibidas en un tiempo medio de 1:07'**. Solo el 23% de las consultas fueron derivadas a agentes humanos, y muchas de ellas forman parte de una estrategia de derivación del banco ante ciertas circunstancias.

The screenshot shows a chatbot interface for BAC Credomatic. The header is red with the BAC Credomatic logo and navigation icons. The chat history shows a user message: "Hola! Quiero consultar el saldo de mi tarjeta 🙏". The bot responds with a form for card identification, asking for the card number (masked with dots) and providing a red "Enviar" button. The user selects "American Express". The bot then asks for the last 4 digits of the card (1234) and the expiration date (01/23), with another red "Enviar" button. The final bot response, in a pink box, provides payment details: "Tu pago de contado es de \$100 y ₡.64044,31. La fecha limite de pago para bonificar es 18/03/2022. Tu pago mínimo es: \$25 y ₡.16011,08. Tu saldo real al día de hoy es: \$75 y ₡.48033,23." The user responds with "Genial!!! Muchas gracias 😊". At the bottom is a text input field with the placeholder "Type your message here" and a smiley face icon.



[CONOCE EL CASO COMPLETO](#)

Banco Bolivariano

Con una misión clara y con la motivación de brindar un servicio al cliente eficiente e innovador, en 2017 [Banco Bolivariano](#) delineó una serie de objetivos ambiciosos. Entre ellos, ser líderes del sector bancario de Ecuador, proporcionar una experiencia innovadora, mantener la efectividad de su servicio por encima del 80%, aumentar la implantación de productos para nuevos clientes y diversificar la cartera de productos para clientes existentes.

Para lograrlo, implementaron Avi24, su bot impulsado por la inteligencia artificial conversacional de Aivo. **Su misión es brindar atención automatizada 24/7, todos los días del año a consultas sobre saldos y movimientos. También realiza transacciones bancarias como el bloqueo de tarjetas y activación o desactivación del uso internacional de las mismas.**

Y lo más importante, lo hace de la misma manera a través de múltiples canales. Actualmente, Avi24 opera en el webchat, Facebook Messenger y WhatsApp.

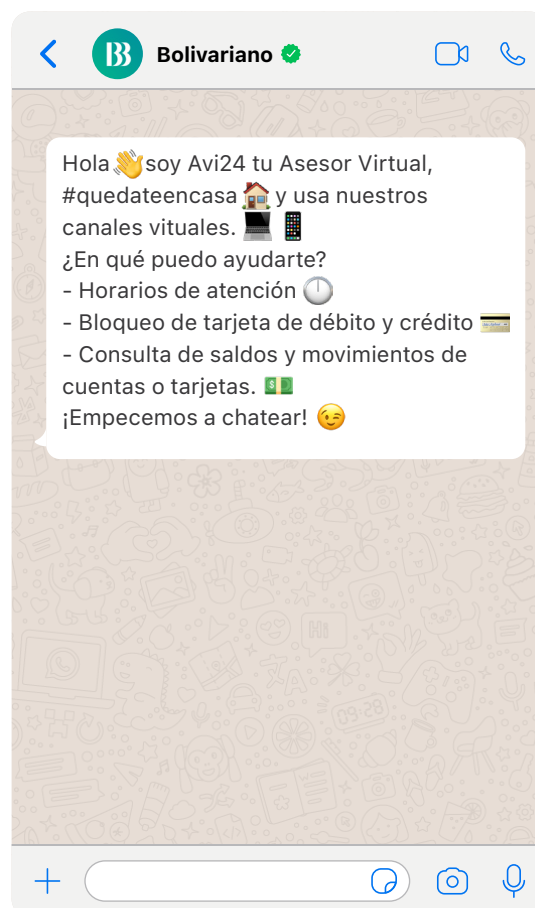
Estos fueron algunos de sus resultados:

- 271% de incremento de consultas automatizadas en los dos primeros años de implementación
- 100% de incremento de usuarios que utilizan el bot en el mismo periodo de tiempo

- 83% de efectividad del bot
- Automatización de más del 40% de las consultas de saldos y movimientos
- El 20% de los clientes que se ponían en contacto con el banco por teléfono debido a emergencias bancarias ahora gestionan sus bloqueos por sí mismos a través de Avi24.



[CONOCE EL CASO COMPLETO](#)



06.

Conclusión y resultados esperados

Como ves, las posibilidades son infinitas. Todo lo mencionado en el capítulo 4 y 5 son solo los ejemplos más comunes que hoy están solicitando la mayoría de los bancos, pero **el potencial de una plataforma integrada no tiene límites**. Piensa en las necesidades de tus clientes, analiza qué gestiones pueden automatizar, y comienza a diseñar una experiencia resolutiva y omnicanal.

Por un lado, verás resultados en la experiencia del cliente. Las métricas que deberías tener en cuenta son:

- Aumento en la retención del bot
- Aumento en la efectividad del bot
- Disminución en el tiempo promedio de atención
- Disminución en la carga laboral de tus agentes
- Mayor satisfacción del cliente dentro del bot y, por lo tanto, mayor NPS

Y, por otro lado, verás resultados generales que impactarán a todo tu negocio, como reducción de costos en servicio al cliente, incremento en la retención de clientes y, por ende, aumento en tus ingresos.

¡Buena suerte!

Esperamos que este reporte te haya servido para llevar tu estrategia de CX al próximo nivel.

Conócenos

Sobre Aivo

Fundada en 2012, [Aivo](#) es una empresa de tecnología especializada en ayudar a las compañías a mejorar la atención al cliente y aumentar ventas con soluciones con IA. Su misión es devolverle el tiempo a la gente, tanto a las empresas y sus empleados como a sus clientes, transformando las conversaciones automáticas en experiencias resolutivas, ágiles e inteligentes. Cuenta con un equipo técnico y de soporte capacitado para identificar las necesidades de cada compañía y brindar soluciones tecnológicas integradas a la medida de cada cliente.

Nuestra plataforma con IA Conversacional incluye:

Agentbot: Solución automática con inteligencia artificial conversacional para canales digitales. Empodera a las compañías para construir una experiencia de atención que respeta al tiempo de las personas y resuelve sus consultas al instante a través de

conversaciones naturales, abiertas y empáticas a través del canal web, WhatsApp, Instagram, Facebook Messenger, y aplicación móvil.

Engage: Solución para crear campañas de WhatsApp e iniciar conversaciones proactivas y de valor con clientes.

Live: Solución de chat omnicanal con inteligencia artificial para agentes humanos.

Conversa con uno de nuestros especialistas para saber más sobre cómo puedes mejorar la experiencia de tus clientes y aumentar ventas para tu negocio empleando inteligencia artificial.



Empresas que confían en nosotros



Referencias

1. [Global Market Insights](#) — 2019.
2. [Oxford](#) — 2019.



aivo

aivo.co