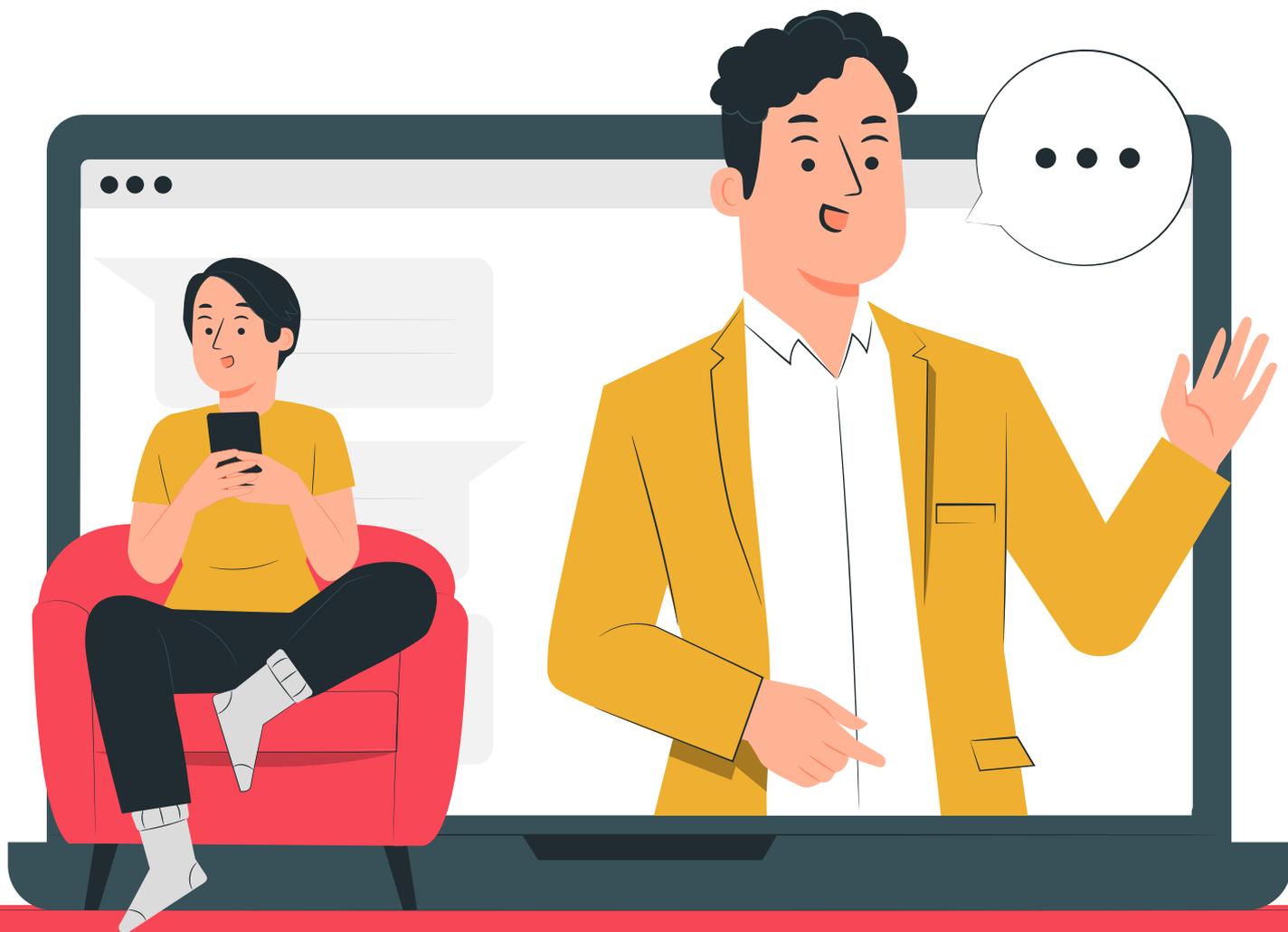


aivo

El Futuro de la Experiencia del Cliente: El Estado de las Conversaciones por Video Automatizadas



Índice

– Palabras de Apertura

CAPÍTULO 01: El futuro de la experiencia del cliente ya llegó: presentación de las conversaciones por video automatizadas.

01. ¿Qué son las conversaciones por video automatizadas?

02. ¿Cómo funciona el videochat automatizado?

03. ¿Cuáles son las principales características de las soluciones de videochat automatizado?

CAPÍTULO 02: Los beneficios de las soluciones de videochat automatizado para la experiencia del cliente.

01. Mejor participación del cliente

02. Innovación y consolidación de marca

03. Calificación de clientes en tiempo real

04. Experiencia del cliente sin contacto

05. Asistencia al cliente las 24 horas del día y los 7 días de la semana

06. Más precisión y personalización

07. Eficiencia y productividad

CAPÍTULO 03: Tendencias del mercado que afectan el crecimiento de las soluciones de videochat automatizado.

CAPÍTULO 04: Avatares que funcionan con IA y el metaverso.

01. ¿Por qué a las empresas les interesa tanto el metaverso?

02. El metaverso y la experiencia del cliente

03. Las posibilidades de marketing en el metaverso

04. ¿Cuáles son los desafíos del metaverso?

CAPÍTULO 05: Presentación de la IA conversacional por video de Aivo.

01. Personalización y consolidación de marca: ¡Haz que tu marca cobre vida!

02. Tu primer paso hacia el metaverso

03. Asistencia excepcional

– Palabras de cierre



Martín Frascaroli
CEO & FOUNDER | AIVO

“

Estamos muy emocionados por finalmente lanzar la IA conversacional por video. Hace mucho que estamos trabajando en esto, y se relaciona con cómo pensamos que será la experiencia del cliente. Hoy en día, la mayoría de las empresas tiene dos formas de brindar servicio al cliente: de manera digital o por teléfono. Hace más de una década que lo hacen así, incluso cuando la tecnología les proporciona todas las herramientas para mejorar.

No obstante, las marcas quieren seguir innovando porque los consumidores les exigen más que nunca. Por lo tanto, queríamos ayudar a las empresas a brindar una experiencia diferenciada para destacarse en el mercado. Este es el momento para dar un paso más en cuanto a la innovación, y creemos que la IA conversacional por video ayudará a las empresas a lograrlo”.

01.

El Futuro de la Experiencia del Cliente ya Llegó:

Presentación de las conversaciones por video automatizadas.

Estamos en la cúspide de una nueva era del servicio al cliente, en la que las conversaciones por video con inteligencia artificial (IA) reemplazan las interacciones humanas. Esta transformación traerá cambios masivos en la forma en que funcionan las empresas y los clientes interactúan con las marcas. En este capítulo, veremos cómo serían estos cambios y cómo tu empresa puede prepararse para ellos.

¿Qué son las conversaciones por video automatizadas?

Las conversaciones por video automatizadas son una nueva tecnología que **les permite a las empresas mantener conversaciones bidireccionales con sus clientes a través de**

videochat. Este tipo de IA tiene la capacidad de entender y responder preguntas de los clientes en tiempo real. También aprende con el tiempo, de modo que se puede volver más eficaz para resolver las consultas de los clientes.

Para hacerlo, estas soluciones usan diferentes técnicas. Veamos sus capacidades más importantes, con base en el **motor conversacional con IA de Aivo:**

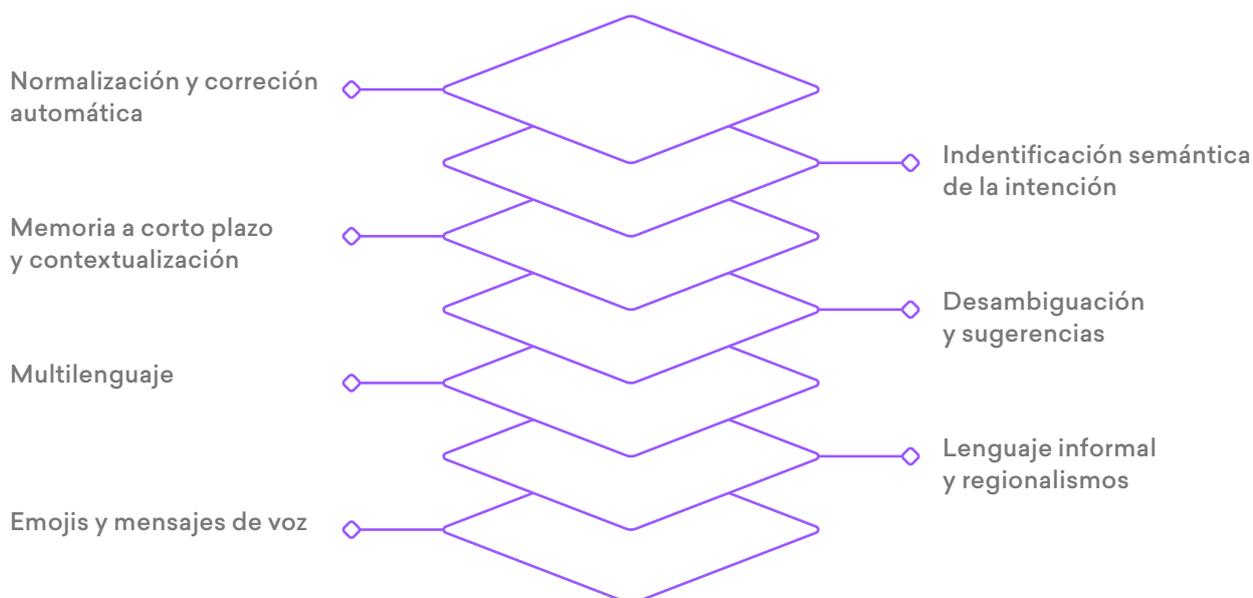
- Para garantizar la comunicación, el motor semántico **identifica los errores tipográficos y ortográficos** del usuario y elimina los caracteres innecesarios. Si los errores son más complejos, corrige la frase en un nivel semántico más profundo.

- Hay diferentes formas de decir lo mismo, y, a veces, una frase puede tener varios significados. Por eso, el 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 reciba 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 tener una conversación eficaz. Las consultas no resueltas se envían a la sección de entrenamiento de la plataforma para seguir mejorando.

- Puede **adaptarse a diferentes idiomas**, como el español, el inglés, el portugués, el italiano, el alemán y el francés, entre otros. También entiende los regionalismos y la jerga, así como los emojis y las notas de voz, para mantener conversaciones similares a las humanas.

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



Además, la IA conversacional tiene la capacidad de integrarse a diferentes plataformas y canales para brindar información transaccional, resolutive y personalizada. Por ejemplo, un comercio electrónico puede integrar su chatbot con IA a su CRM para recordarle a un cliente que complete una compra, un banco puede usar un chatbot con IA integrado para brindar a cada cliente información sobre sus cuentas y tarjetas de crédito/débito, y un proveedor de servicios médicos puede conectar su chatbot a su software para enviar recordatorios de citas.

En cuanto a la IA conversacional por video, aún se encuentra en las primeras etapas de desarrollo, pero tiene el potencial para revolucionar el servicio al cliente. En la actualidad, esta tecnología podría usarse para resolver una gran variedad de consultas de los clientes, desde preguntas simples sobre características de productos hasta asuntos más complejos, como devoluciones y reembolsos.

¿Cómo funciona el videochat automatizado?

No todas las herramientas de soluciones de videochat funcionan de la misma forma, pero usemos la solución de Aivo, que veremos en el capítulo 5, como ejemplo para mostrar lo fácil que puede ser implementar esta tecnología.

En la IA conversacional por video, estas conversaciones automatizadas se realizan a

través de un video. **Se crea un avatar parecido a un humano usando un video de 15 minutos o menos de un humano real.**

Este avatar con IA puede responder preguntas igual que lo haría un chatbot a través de un motor semántico que copia conversaciones entre humanos y máquinas con facilidad. Incluso puede ayudar a los clientes a realizar transacciones.

No es necesario grabar todas las interacciones y sesiones de preguntas y respuestas. Como las conversaciones funcionan con IA, lo único que hay que hacer es grabar ese primer video de 15 minutos, y el resto se hace con la IA conversacional.

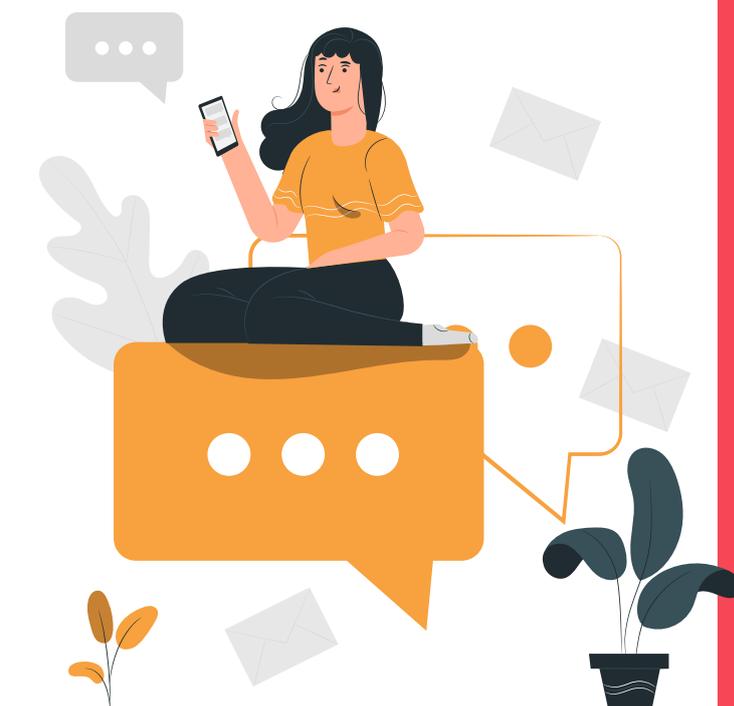
Lo asombroso de la IA conversacional es que no da siempre las mismas respuestas estándar a las preguntas de los clientes. Por el contrario, puede brindar respuestas más variadas en función del contexto. Si pensabas que el futuro con robots en todos lados estaba tardando demasiado en llegar, ¡prepárate porque ya está aquí! O, al menos, este es el comienzo de ese futuro brillante.

¿Cuáles son las principales características de las soluciones de videochat automatizado?

Las soluciones de videochat automatizado ofrecen diferentes características que las empresas pueden utilizar para mejorar la experiencia del cliente. Estas características

son las siguientes:

- **Asistencia por video:** Les permite a las empresas brindar asistencia al cliente por video de manera bidireccional y en tiempo real.
- **IA conversacional:** Con inteligencia artificial (IA), la IA conversacional les permite a las empresas brindar respuestas inmediatas y personalizadas a las preguntas y consultas de los clientes.
- **Asistencia omnicanal:** Las empresas pueden utilizar las soluciones de videochat automatizado a través de diferentes canales, como sitios web, aplicaciones móviles y redes sociales.
- **Integraciones:** Las empresas también pueden utilizar las soluciones de videochat automatizado con sistemas y herramientas de servicio al cliente existentes, como CRM y LiveChat.



02.

Los beneficios de las soluciones de videochat automatizado para la experiencia del cliente

En los últimos años, la experiencia del cliente se convirtió en uno de los factores diferenciadores competitivos más importantes para las empresas. Para cumplir con las crecientes expectativas de los clientes, las empresas deben encontrar continuamente nuevas formas de mejorar la experiencia del cliente.

Utilizar soluciones de videochat automatizado para mejorar la experiencia del cliente tiene muchos beneficios. Veamos algunos de ellos ahora.

Mejor participación del cliente

Un beneficio importante de usar soluciones de videochat automatizado para la experiencia del cliente es que pueden ayudar

a mejorar la participación del cliente. Esto se debe a que les permiten a las empresas crear interacciones más personalizadas e interesantes con sus clientes, ya sea para resolver consultas, darles la bienvenida en un sitio web o una aplicación, o ayudarlos con procesos complejos.

Además, las soluciones de videochat automatizado pueden usarse para crear experiencias del cliente interactivas e interesantes. Por ejemplo, si un cliente busca un producto en un sitio web, la empresa puede usar esta tecnología para mostrarle al cliente una animación virtual del producto. Así será una experiencia mucho más interesante que solo enseñarle imágenes estáticas del producto.

Asimismo, al conectar tu solución de videochat automatizado con otros softwares, plataformas y herramientas que ya usas, tu avatar podrá ayudar a resolver consultas transaccionales. Como ejemplo, veamos algunos casos de uso específicos de dos sectores.

Innovación y Consolidación de Marca

Como esta tecnología recién está surgiendo, las empresas pueden aprovechar esto para posicionar sus marcas como innovadoras. **Las primeras empresas que implementen esta tecnología seguramente se considerarán pioneras**, lo que es una excelente forma de

mejorar el conocimiento y la reputación de tu marca.

Las empresas incluso pueden redoblar la apuesta usando a una persona famosa como avatar. Esta es una gran atracción de usar chatbots convencionales de video con IA. Si una persona famosa promociona tus productos, podrías pedirle que haga el video de 15 minutos y crear un chatbot de video a partir de ese.

¿Te imaginas? Una persona famosa ayuda a tus clientes por video y resuelve sus problemas. Tus clientes se emocionarán tanto que tal vez sigan llamando al servicio al cliente para

Banca:

- Información de últimos movimientos bancarios;
- Distribución de resúmenes de tarjetas;
- Envío de facturas;
- Asistencia para la activación de tarjetas;
- Recuperación de PIN;
- Información de productos y servicios;
- Seguimiento de entregas de tarjetas;
- Denuncias de tarjetas perdidas o robadas;
- Programación de citas para visitar sucursales;
- Solicitudes de préstamos;
- Información de cambio de divisas;
- Asistencia técnica.

Comercio electrónico conversacional:

- Seguimiento de compras;
- Información de productos, servicios y promociones;
- Procesos de devoluciones y cambios;
- Asistencia para realizar compras;
- Creación de usuarios;
- Envío de facturas;
- Generación de leads;
- Asistencia técnica.

interactuar con el chatbot de video de la persona famosa.

Calificación de clientes en tiempo real

Uno de los beneficios más importantes de usar soluciones automatizadas para la experiencia del cliente es que les permiten a las empresas tener conversaciones en tiempo real con sus clientes. No solo crean una interacción más natural y humana, sino que **también les permiten a las empresas obtener una respuesta inmediata de sus clientes.** Esto es muy valioso porque ayuda a las empresas a resolver con rapidez cualquier problema que tengan sus clientes.

Además, **las soluciones conversacionales automatizadas les permiten a las empresas obtener una calificación** de los clientes en tiempo real, lo que puede usarse para mejorar la experiencia del cliente. Por ejemplo, si un cliente tiene un problema con un producto, la empresa puede pedirle rápidamente una calificación al cliente y usar esa información para mejorar el producto.

Experiencia del cliente sin contacto

Otro beneficio importante de usar soluciones conversacionales automatizadas es que les permiten a las empresas brindar una experiencia del cliente sin contacto. En el mundo actual, muchos clientes buscan formas de evitar el contacto humano. **Una**

herramienta de videochat automatizado brinda una excelente solución, ya que les permite a las empresas comunicarse con los clientes que necesitan interacción cara a cara, sin tener que estar realmente frente a frente. Esto es muy valioso porque puede ayudar a las empresas a preservar la seguridad y la salud de sus clientes, mientras que siguen brindando una excelente experiencia del cliente.

Asistencia al cliente las 24 horas del día y los 7 días de la semana

Las soluciones conversacionales automatizadas les permiten a las empresas brindar asistencia al cliente las 24 horas del día y los 7 días de la semana. **Los clientes pueden interactuar con los chatbots y los asistentes virtuales en cualquier momento del día o de la noche,** y siempre recibirán una respuesta rápida y útil. Esto es muy beneficioso porque puede ayudar a las empresas a resolver los problemas de los clientes lo más rápido posible.

Más precisión y personalización

Las soluciones que funcionan con IA también les permiten a las empresas tener interacciones más precisas y personalizadas con los clientes. Por ejemplo, imagina que un cliente quiere reservar una habitación de hotel. La empresa puede usar la IA por video para hacerle preguntas al cliente sobre sus preferencias y, luego, usar esa información

para encontrar la habitación perfecta para el cliente. Esto es mucho más preciso y personal que simplemente proporcionarle al cliente una lista de habitaciones de hoteles.

Eficiencia y productividad

Uno de los mayores beneficios de usar soluciones conversacionales automatizadas para la experiencia del cliente es el aumento de la eficiencia y productividad que pueden aportar. Con la IA por video, **las empresas pueden automatizar muchas de las tareas que normalmente realizan los representantes de servicio al cliente**, como responder preguntas frecuentes, tomar pedidos de los clientes y recomendar productos.

Esto permite que los representantes de servicio al cliente dispongan de más tiempo para realizar otras tareas que requieren interacción humana, como atender consultas complejas de los clientes y resolver reclamos. Además, las soluciones conversacionales automatizadas también pueden acelerar los procesos que actualmente se hacen de forma manual, como las devoluciones y los cambios de productos.



03.

Tendencias del mercado que afectan el crecimiento de las soluciones de videochat automatizado



Te debes preguntar qué es lo que impulsa el crecimiento de las soluciones de videochat automatizado en el mercado. Sin duda, avanzamos mucho con respecto a la implementación de tecnología de punta en las estrategias comerciales, y lo único que hizo la pandemia fue acelerar algunos de los cambios que ya se estaban produciendo.

Las siguientes son algunas de las tendencias del mercado más importantes que afectan el crecimiento del videochat con IA y que las empresas deben conocer.



01

El Crecimiento del Servicio al Cliente Digital:

El servicio al cliente digital está creciendo, y el videochat será una parte importante de esto en los próximos años. Cada vez más empresas están usando IA para brindar servicio al cliente, y la tendencia seguirá. Esta tendencia tiene lugar por muchos motivos, pero el más importante es que puede facilitar interacciones más eficientes que el servicio al cliente tradicional por teléfono o por escrito.

La pandemia de 2020 impulsó esta tendencia, dado que las empresas buscan formas de brindar servicio al cliente sin contacto cara a cara. En general, la IA conversacional es la solución perfecta para esto, ya que les permite a las empresas brindar servicio al cliente sin necesidad de tener contacto físico, mientras que el videochat con IA aporta más empatía y cercanía a la interacción.

Con esa misma idea, el video aparece para brindar más empatía a la comunicación con el cliente.

02

Aplicaciones de mensajería y videochat:

Las aplicaciones de mensajería son otra tendencia importante que afecta al mercado

de la IA conversacional. Cada vez más personas usan aplicaciones de mensajería, como WhatsApp, Facebook Messenger e Instagram, para el servicio al cliente. Lo que impulsa este crecimiento es la comodidad de las aplicaciones de mensajería y el hecho de que les permiten a las empresas proporcionar una experiencia del cliente más personal.

Estas aplicaciones de mensajería les permiten a los usuarios realizar videochats con quien quieran con un solo clic, lo que hace que esta nueva forma de interacción se vuelva natural. Con el tiempo, los usuarios se familiarizarán tanto con este tipo de interacciones que probablemente les resulte más fácil y eficaz realizar también videochats con las marcas.

03

Búsqueda Visual:

La tecnología de búsqueda visual también se está volviendo cada vez más importante en el ámbito del servicio al cliente. Los clientes usan cada vez más la búsqueda visual para encontrar productos y servicios, por lo que aumentó la popularidad de los elementos visuales. Las soluciones de videochat automatizado son la herramienta perfecta para las empresas que quieren aprovechar esta tendencia, ya que les permiten proporcionar una experiencia del cliente más visual.

04

El Internet de las cosas:

El servicio al cliente también está comenzando a verse afectado por el Internet de las cosas (IoT). El IoT es una red de dispositivos físicos que se conectan a Internet. Estos dispositivos pueden recopilar datos y comunicarse entre sí, por lo que las empresas están comenzando a usarlos para brindar servicio al cliente. El IoT puede usarse para proporcionar una experiencia del cliente más personalizada y automatizar tareas del servicio al cliente.

05

Servicio al cliente en la nube:

El servicio al cliente en la nube también está creciendo. Cada vez más empresas están trasladando su servicio al cliente a la nube, y la tendencia seguirá. El servicio al cliente en la nube tiene muchas ventajas, como el hecho de que es más expansible y fácil de usar.

¿Qué tan grande es el mercado de la IA conversacional?

Se espera que el mercado de la IA conversacional aumente a \$41 390 millones para 2030, a una TCAC del 23,6 % de 2022 a 2030. El desarrollo del servicio al cliente digital y el traslado al servicio al cliente virtual son los dos impulsores clave de este crecimiento.

04.

Avatares que funcionan con IA y el metaverso



Como mencionamos en este libro electrónico, el próximo gran avance de la informática es la IA conversacional. Y el metaverso es el lugar perfecto para esta. Pero ¿qué es el metaverso? **El metaverso es un espacio virtual compartido y persistente en 3D donde las personas pueden encontrarse e interactuar entre sí.** Básicamente, es el Internet transformado en un mundo virtual en 3D, donde puedes crear un avatar de ti mismo y explorar diferentes espacios.

La realidad virtual (RV) y la realidad aumentada (RA) tienen un papel fundamental en el metaverso. La RV es una simulación generada por computadora de un entorno tridimensional con el que una persona puede interactuar de forma aparentemente física usando un equipo electrónico especial, como un casco con una pantalla en su interior. Por otro lado, la RA es una tecnología que se superpone a la información digital del mundo real.

¿Por qué a las empresas les interesa tanto el metaverso?

La respuesta es sencilla: por la experiencia del cliente. **En el futuro cercano, las empresas podrán usar el metaverso para crear experiencias interactivas e inmersivas para sus clientes.**

Esta tecnología les permitirá a las empresas ofrecerles a sus clientes un nivel de servicio y participación sin precedentes. Por ejemplo, un cliente podría ir a una tienda y probarse ropa sin realmente ponérsela. O un cliente podría probar un automóvil sin salir de la concesionaria.

También considera las posibilidades de asistencia al cliente. Imagínate poder hablar con un representante de servicio al cliente que en realidad es un avatar del CEO de la empresa o de una persona famosa, como dijimos antes. Esto les permitiría a las empresas brindar un nivel de servicio al cliente que actualmente es imposible.

Las posibilidades son infinitas, y el metaverso ofrece una oportunidad única para que las empresas creen experiencias diferentes a todas las anteriores.

El metaverso y la experiencia del cliente

Las posibles aplicaciones del metaverso son muchísimas, pero un ámbito en el que

particularmente resulta muy adecuado es en la experiencia del cliente.

Imagina que uno de tus clientes tiene problemas con un producto. Antes, tenía que llamar a servicio al cliente y esperar que el representante pudiera ayudarlo a resolver el problema. Pero ¿si, en cambio, pudiera entrar a un mundo virtual en el que hablara con un avatar del representante de servicio al cliente? El representante podría ayudar a los clientes a través de indicaciones visuales y orales, con ejemplos virtuales del problema exacto que tienen.

Los clientes podrían señalar el problema de un producto virtual, y el representante de servicio al cliente ofrecería una solución en tiempo real. Esto les permitiría a las empresas brindar un nivel de servicio al cliente que actualmente solo es posible a través de aplicaciones de videollamada.

Las posibilidades de marketing en el metaverso

Además de para brindar servicio al cliente, las empresas también podrán usar el metaverso con fines de marketing. Por ejemplo, las empresas podrían realizar demostraciones virtuales de productos o seminarios educativos. Los clientes podrían “asistir” a estos eventos desde la comodidad de sus hogares, sin tener que ir al lugar físico. Esto les permitiría a las empresas llegar a un público más amplio que nunca, de forma interactiva e

interesante.

¿Cuáles son los desafíos del metaverso?

Por supuesto, el metaverso también presenta desafíos. Uno de los más importantes es garantizar que el mundo virtual sea seguro. Como en el metaverso se almacenan muchos datos personales, las empresas deben tener medidas de seguridad rigurosas para proteger la información de sus clientes.

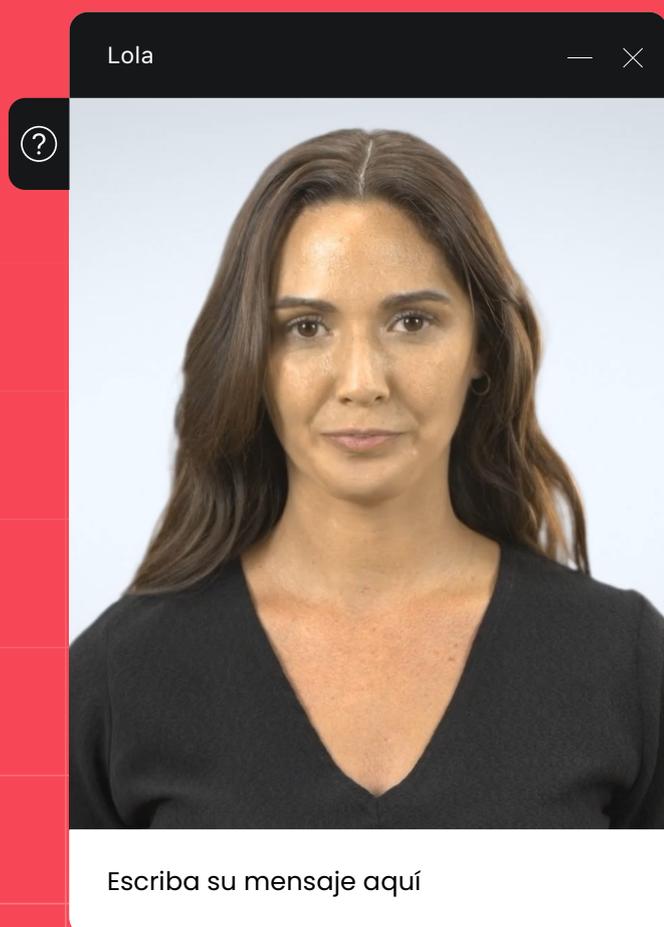
Otro desafío es crear una experiencia inmersiva que sea igual a una del mundo real sin los efectos secundarios actuales de los auriculares de RV. Esto es difícil de hacer, pero las empresas deben lograrlo para tener éxito en el metaverso.

Por último, las empresas deben encontrar una forma de monetizar el metaverso. Esto no es fácil, pero resulta esencial si las empresas quieren que el metaverso sea una plataforma sustentable para sus actividades.

El metaverso presenta una oportunidad única para que las empresas mejoren la experiencia del cliente y lleguen a nuevos mercados. Pero, como con toda tecnología nueva, hay desafíos que enfrentar. Las empresas deben encontrar una forma de superar estos desafíos para tener éxito en el metaverso.

05.

Presentación de la IA conversacional por video de Aivo



¿Por qué nos entusiasma tanto la IA conversacional por video? ¡Porque **ahora ofrecemos esta extraordinaria característica!**

La IA conversacional por video de Aivo es la primera solución que ofrece a los clientes una experiencia de interacción excepcional usando un avatar creado a partir de una persona real. Al igual que **AgentBot**, el bot con IA conversacional de Aivo, la IA conversacional por video puede mantener conversaciones naturales, abiertas y desestructuradas usando inteligencia artificial.

Es un nuevo complemento de la plataforma de IA conversacional de Aivo que incorpora

video en las interacciones automatizadas. En lugar de usar una ventana de interacción tradicional, un avatar humanizado interactúa con los clientes en tiempo real y resuelve sus consultas al instante.

Este desarrollo se llevó a cabo junto con Synthesia, una empresa líder en la creación de contenido de video con inteligencia artificial. Su misión es cambiar de manera radical la forma de crear contenido audiovisual, eliminando las cámaras, los micrófonos y los estudios de grabación, para simplificar el proceso y dar rienda suelta a la creatividad.

Gracias a la tecnología de Aivo, los avatares de [Synthesia](#) ahora pueden realizar interacciones con inteligencia artificial. De esta forma, este complemento abarca todo lo que mencionamos hasta ahora en este libro electrónico. **Puede funcionar como canal para la experiencia del cliente de forma excepcional, innovadora y empática.**

Veamos sus principales usos y beneficios.

Personalización y consolidación de marca: ¡haz que tu marca cobre vida!

Junto con Synthesia, ofrecemos una amplia variedad de personajes que las empresas pueden elegir para implementar su IA conversacional.

Pero también es posible personalizar cada avatar creándolo desde cero, usando a una

persona conocida de la empresa, una persona famosa o a cualquier otra persona. Además, las empresas pueden personalizar el fondo del personaje, eligiendo cualquiera de los que están disponibles o cargando uno nuevo. Por ejemplo, puedes elegir tu logo o el fondo de tu sede. Todo esto se puede personalizar a través de la plataforma conversacional de Aivo.



*Imágenes proporcionadas por Synthesia.

“Creamos la posibilidad de elegir un avatar humano que hable como una persona a través del aprendizaje automático, lo que posibilita una interacción natural. Creemos que este es el proceso de evolución hacia el que se dirigen las empresas y les ofrecemos a las marcas la posibilidad de ser las primeras en el mercado que usan esta tecnología”

Martín Frascaroli

Fundador & CEO at Aivo

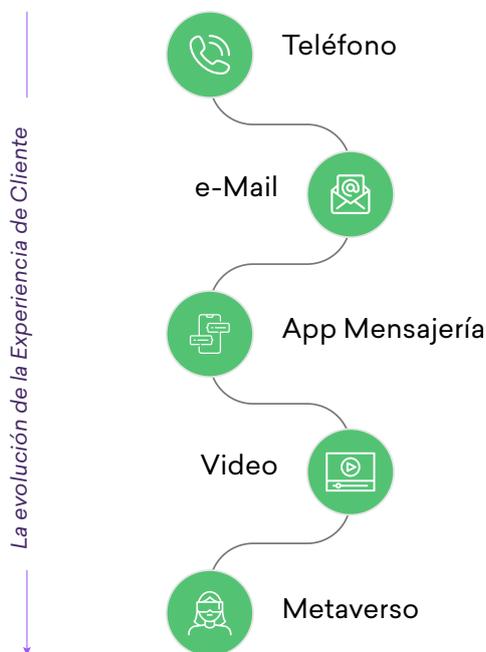
¡Eso es todo!

La realidad es que la IA conversacional por video lleva la experiencia del cliente a un nivel completamente nuevo, y depende de tu estrategia cómo implementarla para conseguir los mejores resultados.

Tu primer paso hacia el metaverso

Como ya mencionamos en el capítulo anterior, el metaverso es un entorno complejo pero fascinante para que las marcas interactúen con sus clientes. No obstante, pocas empresas lo usan porque todavía hay mucho que desarrollar desde el punto de vista tecnológico.

Con la IA conversacional por video, puedes dar tu primer paso hacia el metaverso. Ya sea que la implementes en tu sitio web, en un evento virtual o dentro de cualquier URL que sea compatible con esta tecnología, la ventana de interacción de tu avatar puede sumarse en cada parte del proceso para acompañar a tus clientes y brindarles asistencia.



Asistencia excepcional

Como mencionamos en capítulos anteriores, la IA conversacional por video es una versión mejorada de un chatbot que puede brindarles asistencia a los clientes de diferentes maneras y mejorar la experiencia del cliente en general.

Pero, sobre todo, puede ayudarte a brindar una experiencia innovadora y empática a los mejores segmentos de clientes. En comparación con un chatbot, la **IA conversacional por video les permite a las empresas tener interacciones más cercanas, cálidas y empáticas para que los clientes se sientan especiales.**

Ya sea que tengas un banco, una tienda minorista o una institución de atención médica, siempre puedes hacer algo más para sobresalir entre los competidores. Imagina que tus mejores ejecutivos bancarios les dan la bienvenida a los clientes en tu banca en línea o que una persona famosa del momento ayuda a tus clientes a realizar una compra en tu tienda de comercio electrónico.

O supongamos que quieres lanzar una gran campaña para la Copa Mundial que empieza pronto. ¡Puedes usar a Messi, Neymar o Cristiano Ronaldo como agente de asistencia al cliente! Lo único que debes tener en cuenta es que la persona que elijas como avatar tiene que aceptar explícitamente y grabar el video de 15 minutos.

06.

Palabras de Cierre

Como la tecnología sigue avanzando a toda velocidad, las empresas deben mantenerse al día en cuanto a las últimas tendencias. El metaverso brinda nuevas oportunidades en todos los aspectos de los negocios, desde el marketing hasta las ventas y el servicio al cliente.

El futuro de la experiencia del cliente parece ser brillante y tratarse de la IA conversacional por video. Tú solo la estás incorporando un poco antes que todos.

Con la nueva tecnología de Aivo, estamos entusiasmados por trabajar con las marcas para potenciarlas en este camino hacia una experiencia del cliente más inmersiva, empática e innovadora. Nuestro equipo de expertos está listo para contarte cómo esta tecnología puede ayudarte a impulsar tu empresa.

¿Estás listo para llevar la experiencia del cliente al metaverso y más allá?



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



aivo

aivo.co