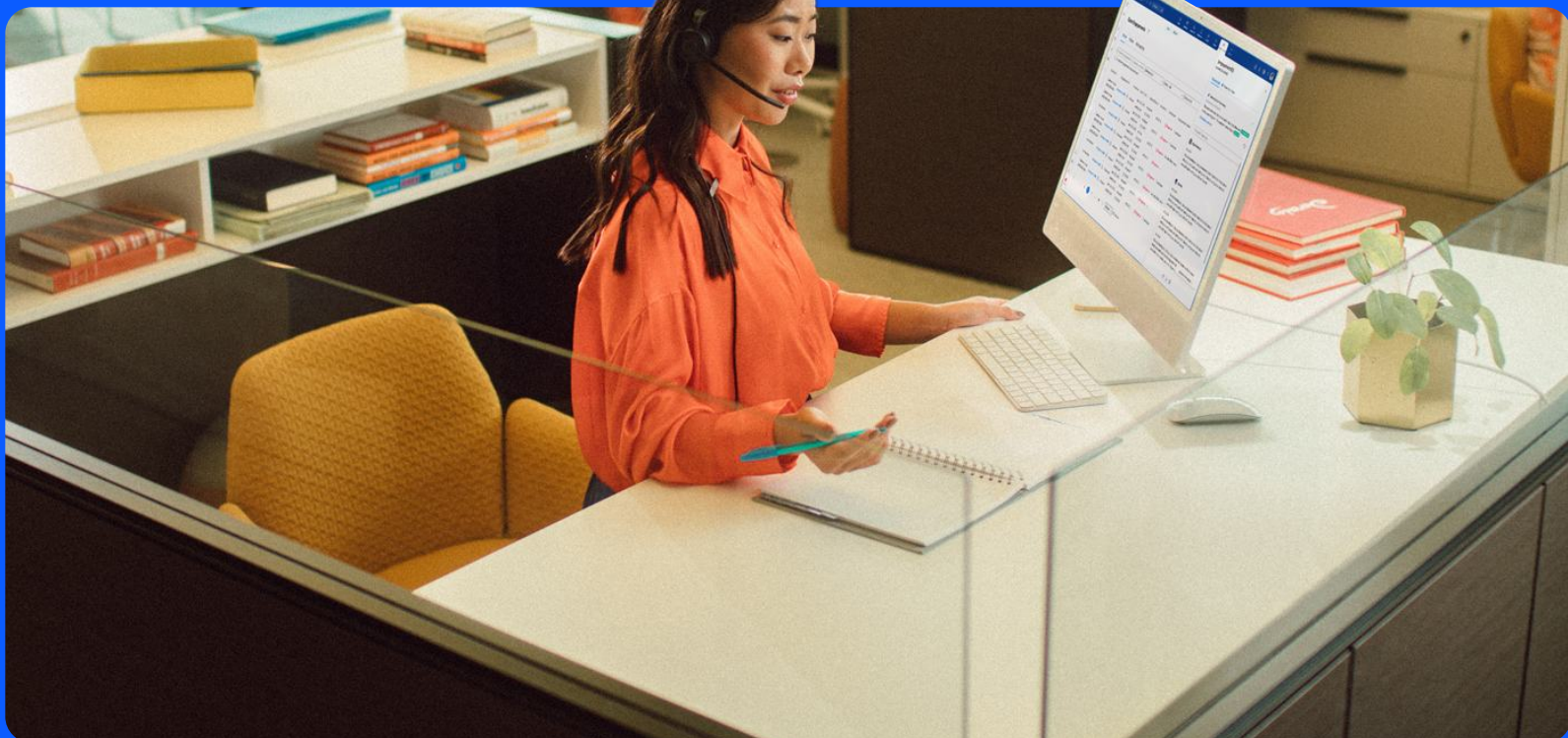


zoom

Introducción a la IA en el centro de contacto



Una guía práctica para implementar la IA en su centro de contacto sin perder el toque humano



Índice

03 IA en la experiencia del cliente: por qué llegó para quedarse

05 Hacia lo desconocido: desafíos comunes de la IA

06 ¿Cómo ayudará la IA del centro de contacto a mi organización?

07 Cómo la IA ayuda a sus agentes

09 Cómo la IA ayuda a sus clientes

09 Cómo la IA ayuda a toda su empresa

12 Cinco pasos hacia la excelencia de la IA en el centro de contacto

Por qué llegó para quedarse

Sin importar en qué ámbito, todos oímos hablar acerca de la IA. La IA generativa (GenAI), en particular, es un término que está de moda en las salas de reuniones, las mesas de cocina y en las redes sociales a nivel mundial. Y hay razones válidas para que genere tal revolución. Según un [informe reciente de McKinsey](#), la IA generativa podría aportar billones de dólares a la economía global. Si no está aprovechando las oportunidades para implementar la IA, es probable que quede detrás de sus competidores, sin mencionar que tendrá que responder ante su equipo directivo y los miembros del consejo.

Cuando se trata del centro de contacto, la IA se convierte en un tema dominante y, sin duda alguna, sentará las bases para lo que está por venir. Una [investigación reciente de Omdia](#) predice que, en el 2024, la IA y el aprendizaje automático serán una parte muy importante del 61 % de las estrategias digitales de las empresas. Con [las expectativas de los clientes en aumento](#) y los equipos cada vez más dispersos, la IA puede ayudar a crear eficiencias y a potenciar a los agentes para que proporcionen el tipo de cuidado que exigen los clientes ahora y en el futuro. De hecho, el informe reciente de Metrigy, «Transforming customer experience - 6 vital projects to help improve CX» (Transformación de la experiencia del cliente: 6 proyectos esenciales para ayudar a mejorar la CX), reveló que, cuando las empresas usan la IA para la participación de los clientes, aumentan sus ingresos en un promedio del 19,6 % y mejoran las calificaciones de los clientes en un 20,5 %.

Vimos estos resultados de primera mano en Zoom, donde nuestro [agente virtual inteligente nos ayuda a ahorrar la increíble suma de 13 \\$ millones por mes](#) y a generar una Puntuación de satisfacción del cliente (CSAT) del 95 % para nuestros equipos de soporte.



19,6 %

La IA ayudó a las empresas a aumentar los ingresos en un promedio del 19,6 %

Informe de Metrigy «Transforming customer experience - 6 vital projects to help improve CX» (Transformación de la experiencia del cliente: 6 proyectos esenciales para ayudar a mejorar la CX)



61 %

La IA y el aprendizaje automático serán una parte muy importante del 61 % de las estrategias digitales de las empresas

Fuente: Investigación de Omdia, «IT Enterprise Insights: Contact Center - 2024» (Información de TI de la empresa: centro de contacto, 2024)



13 \$ millones

Zoom Virtual Agent nos ayuda a ahorrar la increíble suma de 13 \$ millones por mes y a generar una Puntuación de satisfacción del cliente (CSAT) del 95 % para nuestros equipos de soporte.

No es cuestión de automatizar todo para que sus clientes nunca traten con un humano. Tiene que ver con habilitar la conexión humana, lo que proporciona el toque personal que sus clientes anhelan con la ayuda de la automatización.



Al preparar su estrategia de IA del centro de contacto, es importante recordar lo siguiente:

- Se trata de que los clientes se queden con esa agradable sensación de calidez que solo pueden percibir después de una experiencia del cliente optimizada.
- Se trata de que sus agentes se sientan más empoderados, lo que les permitirá recuperar tiempo para manejar consultas complejas con mayor eficacia.



Como señala Gartner en su [reciente investigación](#), *«Esperamos que el servicio al cliente y los líderes de soporte que aprovechan la IA generativa para permitir el contacto humano tengan más éxito que aquellos que la aprovechan para reducirlo».*

Pero con tanta información sobre la IA, descifrar por dónde empezar a implementarla en su organización puede ser un campo minado. **Al tratar con los clientes, es esencial actuar con cautela y evitar pasarse a la revolución de la IA generativa sin un plan.**

En esta guía práctica esencial, detallamos todos los beneficios que la IA aporta a su centro de contacto y le compartimos algunos pasos que puede dar para comenzar a desarrollar un centro de contacto con IA que amplíe el toque humano que sus clientes anhelan.

Desafíos comunes de la IA

Sin lugar a dudas, se debe estar enfrentando a uno o a todos los desafíos a continuación. ¡No es el único! Veamos los obstáculos más frecuentes al analizar cómo llevar a la práctica la IA en el centro de contacto de forma eficaz.

→ Retorno de la inversión difícil de predecir

Predecir el retorno de la inversión (ROI) puede ser algo así como intentar acertar a un blanco en movimiento. Pero si adopta un enfoque a conciencia, paso a paso (como hemos descrito en esta guía), verá dónde la IA puede hacer que sea más fácil lograr los objetivos finales de mayor satisfacción del cliente y mayor productividad y participación del agente.

→ Repercusiones del coste

Lo entendemos; invertir en la IA puede ser como tener que firmar un cheque por un monto importante. Pero no permita que el símbolo de dólar lo asuste y quiera abandonar la idea de inmediato. Con la estrategia correcta, la IA realmente puede ser un agregado asequible a su arsenal del centro de contacto. Por ejemplo, puede comenzar a ahorrar casi al instante al implementar un agente virtual como una alternativa de soporte para facilitar un autoservicio más sencillo y reducir los tiempos de gestión de los clientes que sí requieren un agente. Y si es un cliente de Zoom, la IA se incluye en su cuenta con sus servicios de pago, pero hablaremos de eso más adelante.

→ Formación e implementación

Uno de los mayores obstáculos en la implementación de la IA es poner a su equipo al día. Desde las sesiones de formación hasta el soporte práctico, el socio de innovación adecuado puede hacer que la implementación de la IA sea un viaje agradable para todas las personas involucradas. En muchos casos, la tecnología de código bajo o sin código (incluida la IA generativa) hace que crear y formar chatbots, y modificar flujos de trabajo sea más simple hoy en día que hace unos años.

→ Falta de un plan

Como dicen, «La falta de planificación conduce a un fracaso seguro». Esto es absolutamente cierto cuando piensa en cómo implementar la IA en su centro de contacto. Sin una visión clara, es posible que no encuentre el rumbo en la naturaleza salvaje digital. Con un plan sólido, puede garantizar que su implementación de la IA sea una navegación placentera.

→ **Inquietudes sobre la privacidad de los datos** → **Falta de conocimiento**

Sin duda, la seguridad y la privacidad de los datos del cliente y de la empresa son sumamente importantes. En un mar de modelos y proveedores nuevos que no se probaron, ¿cómo puede estar seguro de que la organización que elige es una organización de confianza? Es importante entender cómo un proveedor usará sus datos para formar sus modelos de IA o cómo comparte datos con modelos de IA de terceros. Elegir a un proveedor responsable es, tal vez, la decisión más significativa que tomará.

Cuando se trata de la IA, ¿siente como si estuviera zambulléndose en la parte honda de la piscina sin flotadores en los brazos? ¡No tenga miedo! Uno de los obstáculos más grandes en la implementación de la IA en su centro de contacto es simplemente no saber por dónde empezar. Pero prepárese; esperamos que esta guía le ayude en su recorrido y, si necesita más información, podemos trabajar con usted para que el viaje sea aún más fácil.



¿Cómo ayudará la IA del centro de contacto a mi organización?

Seguramente, ya conoce las novedades: la IA puede ayudar muchísimo al negocio de su centro de contacto. Pero ¿cómo? Según indica Forrester en su informe de tendencias, [Generative AI: What it means for customer service](#) (IA generativa: lo que significa para el servicio al cliente), la IA generativa es ideal para dar soporte a los agentes al mejorar la creación de contenido, acelerar el análisis de datos y agilizar los flujos de trabajo de los agentes. El informe también afirma que las buenas prácticas de diseño conversacional son necesarias para las aplicaciones de contacto directo con el cliente, como los chatbots.

Comencemos por su activo más importante: sus agentes. Luego, exploraremos cómo la IA puede ayudar a sus clientes y empresa en su conjunto.



«La rotación de los agentes del centro de contacto oscila entre el 30 % y el 40 %. Cuando la IA se implementa correctamente, los agentes dedican menos tiempo a tareas de poco valor, lo que les permite participar de maneras mucho más significativas».



Juanita Coley
Directora general de Solid Rock Consulting

CONOZCA MÁS DETALLES

Más allá del término de moda: la IA en el centro de contacto

→ [Leer el blog](#)

Cómo la IA ayuda a sus agentes

La IA puede ayudar a sus agentes a hacer mejor su trabajo de un par de maneras sencillas pero eficaces, lo que los empodera para atender a sus clientes con mayor rapidez y eficacia. Pero más allá de eso, pueden recuperar tiempo para hacer trabajos más significativos, abocarse más a las consultas complejas de sus clientes y añadir más valor a sus interacciones. Conozcamos más detalles.

Minimice la frustración y la deserción

Las tareas repetitivas crean altas tasas de deserción de los agentes de los centros de contacto. Como señala Juanita Coley, directora ejecutiva de [Solid Rock Consulting](#): «La rotación de los agentes del centro de contacto oscila entre el 30 % y el 40 %. Cuando la IA se implementa correctamente, los agentes dedican menos tiempo a tareas de poco valor, lo que les permite participar de maneras mucho más significativas». Luego, está el impacto que genera en el cliente. Todos hemos pasado por esa situación frustrante en la que tenemos que repetir siempre lo mismo a medida que nos van pasando entre agentes de servicio al cliente.

Las capacidades, como **el resumen automático con IA, ofrecen síntesis ricas en contexto** que ayudan a los agentes individuales y contribuyen a mejorar la experiencia del equipo. Los agentes ya no tienen que perder tiempo valioso después de cada llamada tomando extensas notas, lo que les permite pasar más rápido a la siguiente llamada o dedicar más tiempo a consultas complejas. Además, la capacidad de dar al siguiente miembro del equipo el contexto necesario para prestar un mejor servicio a los clientes transferidos o a los que regresan reduce la duración de las llamadas y la frustración tanto del agente como de los clientes.

Empodere a los agentes y acelere la resolución de las llamadas

Otra forma en la que la IA ayuda a los agentes es a través del conocimiento que les proporciona y que ellos necesitan para hacer su trabajo de manera eficaz, lo que permite que sus roles sean más directos y gratificantes. La IA puede explorar la base de conocimiento, los datos de CRM o las aplicaciones de la empresa y proporcionar acceso rápido a la información relevante que los agentes necesitan cuando la necesitan. Al mostrar información en el momento, los agentes ya no tienen que buscar artículos adecuados mientras el cliente espera impacientemente en la línea. La resolución rápida de llamadas no solo es genial para sus clientes, sino que, además, permite a sus agentes recuperar tiempo para afrontar trabajos más desafiantes (y significativos).

Logre mayor participación y el máximo rendimiento de sus agentes

Lograr que su equipo participe es fundamental para evitar que los agentes abandonen el barco, además de ser esencial para crear mejores experiencias de los clientes. Con los equipos del centro de contacto cada vez más dispersos, ya quedaron atrás los días en que los supervisores chocaban los cinco con los miembros del equipo en persona y proporcionaban comentarios en el momento. No puede reemplazar a un supervisor con la IA, pero la IA puede ayudar a los supervisores a dar soporte a los equipos distribuidos.

El aseguramiento de la calidad (QA) es un área donde la IA realmente marca la diferencia. Solo un subconjunto de interacciones se puede analizar con herramientas de QA más tradicionales. El QA automatizado con IA es posible en cada interacción, lo que le proporciona un panorama más real y minucioso de lo que sus agentes hacen bien y de lo que necesitan mejorar. Con estos datos, los supervisores tienen la posibilidad de asesorar y reconocer el buen trabajo mediante evaluaciones y puntuaciones integradas, lo que hace que los agentes se sientan valorados sin importar donde se encuentren.



«La IA puede responder preguntas al instante. Sé que será una herramienta que instruirá a los clientes de todo el mundo con mucha facilidad».



Andrew Lindley
Director de Tecnología de
Vensure Employer Services

En su intervención en la conferencia
de Zoomtopia 2023
zoomtopia



«[La IA es] un asistente personal para mi agente. Es alguien que está allí para respaldarlo. Ahí es donde la IA nos presenta la oportunidad en un entorno de centro de contacto».



Caleb Schleder
Director de Servicios Técnicos y
Soporte de Precision Planting

En su intervención en la conferencia
de Zoomtopia 2023
zoomtopia



Además, con una buena herramienta de administración del personal, también está la posibilidad de **usar la IA para predecir mejor el volumen de llamadas y el tiempo de administración de llamadas**, lo que ayuda a los supervisores a programar con antelación, ofrecer autonomía a los agentes y analizar tendencias para mejorar el servicio al cliente.

Cómo la IA ayuda a sus clientes

Los chatbots son la forma evidente en que la IA ha ayudado a acelerar y simplificar la experiencia del cliente. La capacidad de autoservicio y de obtención de respuestas rápidas a preguntas sencillas sin tener que esperar en una larga cola de llamadas es un avance bienvenido. La IA generativa tiene capacidades de chatbot avanzadas y permite respuestas más parecidas a las humanas. Pero hay que recordar que no todos los clientes quieren interactuar con un bot. Comprender a sus clientes y ofrecerles diferentes maneras de conectarse con sus agentes es fundamental para lograr un enfoque más equilibrado.

Los avances en la IA han perfeccionado mucho el potencial para el reconocimiento de intenciones y la respuesta a preguntas, lo que permite a los equipos de soporte al cliente proporcionar ese toque humano y una mejor experiencia de autoservicio a los clientes.

Cómo la IA ayuda a toda su empresa

Con la necesidad cada vez mayor de los agentes de lograr que los expertos del back-office respondan a las consultas con más rapidez, el centro de contacto evoluciona para incorporar a toda su empresa. A raíz de esto, hay una tendencia en aumento de combinar **las comunicaciones unificadas (UCaaS)** y **las comunicaciones del centro de contacto (CCaaS)** en una plataforma consolidada, un término acuñado más recientemente como **MultiCaaS**.



«Tiene la posibilidad de utilizar la IA para ayudar a optimizar el desempeño de su agente, implementar la participación del personal y crear una operación más eficiente al asegurarse de tener a los agentes del centro de contacto disponibles en horas de mayor actividad durante temporadas altas».



Sidney Fein

Director de Tecnología en Plataformas Estratégicas e Innovación de Beam Living

En su intervención en la conferencia de Zoomtopia 2023

zoomtopia

CONOZCA MÁS DETALLES

Administración del personal del centro de contacto: cómo sobrevivir al aumento de actividad en la temporada alta con la IA y más

→ [Leer el blog](#)



«A los chatbots se les dan tareas más sencillas, no el trabajo de resolver problemas más complejos de los clientes».



Melody Brue

Vicepresidenta y analista principal de Trabajo Moderno de Moor Insights & Strategy

CONOZCA MÁS DETALLES

¿Qué es MultiCaaS y por qué es el centro de contacto del futuro?

→ [Leer el blog](#)



ARTÍCULO

Cómo transformar su experiencia de cliente: un nuevo estudio muestra las ventajas de las plataformas UCaaS y de centro de contacto integradas

→ [Más información](#)

Esto, efectivamente, significa tener una plataforma de comunicaciones para toda su organización, lo que integra la experiencia de empleado (EX) y la experiencia de cliente (CX).

Obviemos los acrónimos por un momento. En la práctica, MultiCaaS parece habilitar a los agentes para que se pongan en contacto fácilmente con los expertos del back-office y, en última instancia, empoderarlos para prestar un mejor servicio, añadir valor y sentirse más realizados en una plataforma única, integrada y fácil de usar. Y eso, sin mencionar el ahorro en presupuesto y tiempo que significa tener solo una factura para todas sus comunicaciones.

Además, con un paquete de plataforma de un proveedor innovador, todos los empleados pueden disfrutar de las mismas capacidades en toda su pila de comunicaciones.

Un estudio reciente de Omdia llamado [Trends to Watch: Unified Communications and Collaboration](#) (Tendencias que hay que observar del 2024: comunicaciones unificadas y colaboración) reveló que los paquetes de IA y MultiCaaS eran las principales tendencias que hay que observar. Según el informe, está claro que muchas empresas sienten lo mismo, ya que el 63 % de los clientes de CCaaS quieren comprar un paquete combinado de UCaaS y CCaaS. Y hay un buen motivo. Metrigy descubrió en su grupo de investigación que la integración de las comunicaciones unificadas y las soluciones del centro de contacto generó una mejora del 26,5 % en las calificaciones de los clientes, una reducción del 18 % en los costes operativos, un aumento del 22,6 % en los ingresos y un incremento del 23,1 % en la eficiencia de los empleados (Metrigy, Transforming customer experience, January 2024 [Transformación de la experiencia del cliente, enero de 2024]).

Integración de las comunicaciones unificadas y las soluciones del centro de contacto

El 63 %

de los clientes de CCaaS quieren comprar un paquete combinado de UCaaS y CCaaS



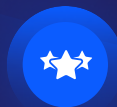
Un 22,6 %

de aumento en los ingresos



Un 26,5 %

de mejora en las calificaciones de los clientes



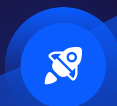
El 18 %

de reducción en los costes operativos



Un 23,1 %

de incremento en la eficiencia de los empleados



* Fuente: Metrigy, Transforming customer experience, January 2024 (Transformación de la experiencia del cliente, enero de 2024)

Estas son algunas otras formas en las que el enfoque de MultiCaaS, con tecnología de IA, puede ayudar a su empresa.

Compartir conocimiento para mayor información del cliente.

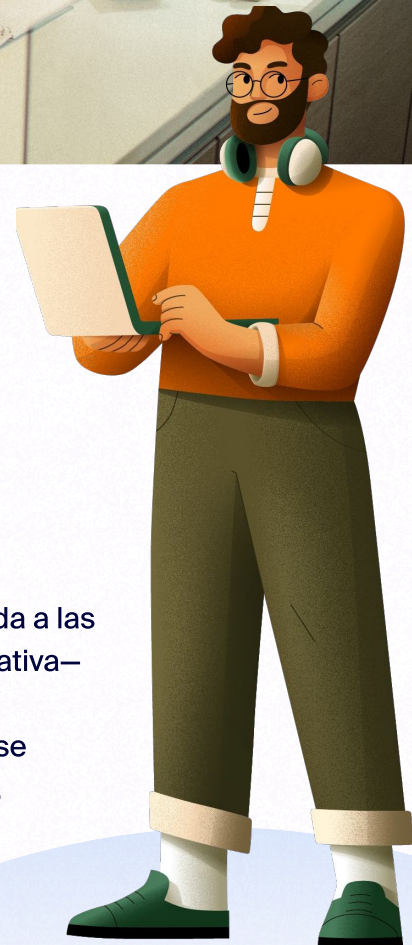
Cuando sus empleados pueden colaborar perfectamente entre sí, pueden suceder grandes cosas. Los agentes no solo pueden ponerse en contacto con expertos del back-office de manera más eficaz para resolver problemas del cliente, sino que ellos mismos pueden volverse expertos también. Los equipos de innovación y desarrollo de productos pueden consultar con ellos más fácilmente para obtener información del cliente, lo que generará innovación centrada en el cliente. La IA puede apoyar estos esfuerzos al permitir transferencias inteligentes y resúmenes de reuniones generados automáticamente que organizan información crítica al instante. Luego, estos datos se pueden añadir rápidamente a la base de conocimiento del centro de contacto y los flujos de trabajo del cliente y del agente.

Operaciones más eficientes.

Cuando hay una interfaz o una pantalla de control en la que navegar, su personal de administración puede ser más ágil. La IA puede asumir la tarea de escribir flujos de su equipo de TI que llevan mucho tiempo y hacerlos tan sencillos que cualquier persona de su equipo puede ponerlos en marcha tan rápido como el tiempo que lleva preparar una taza de café. Si su equipo conoce la plataforma que utiliza tanto para las comunicaciones unificadas como para la atención al cliente, la incorporación se vuelve mucho más fácil y rápida.

Información más detallada para obtener mejores resultados comerciales

Esta es un área clave en la que puede aprovechar las ventajas de la IA cuando se adopta un enfoque MultiCaaS de plataforma única. Tenga en cuenta todos los datos que puede obtener de toda una plataforma, combinados con los datos que muestran información que podría pasarse por alto en una organización más aislada. Por ejemplo, imagine la ventaja que obtendría su equipo de desarrollo de producto al acceder fácilmente a los datos del cliente desde el centro de contacto para dirigir la innovación y el diseño de las características del producto.



Cinco pasos hacia la excelencia de la IA en el centro de contacto

¿Por dónde empezar? Lo principal es no lanzarse sin analizar la situación. Piense bien acerca de la implementación de la IA y asegúrese de que sea un esfuerzo multidisciplinario que responda a las necesidades de sus clientes. La IA —particularmente, la IA generativa— es una tecnología revolucionaria que es nueva para muchos de nosotros. Piense bien y estratégicamente, y asegúrese de tomarse el tiempo para evaluar y corregir el rumbo cuando sea necesario.

1

Cree una visión

Según indica Forrester en su [reciente informe sobre la IA generativa](#), adentrarse demasiado rápido en su aventura de IA puede tener un impacto negativo. El exceso de automatización puede generar un sentimiento de frustración en el cliente y que este solicite hablar con una persona real. Si no hay demasiada automatización, los clientes pueden impacientarse mientras esperan una respuesta e, incluso, pueden cambiar a una marca que sepa tratar más con los clientes. Aunque la IA existe hace décadas, hace muy poco que la IA generativa la ha colocado en primer plano. Todos somos nuevos en esto, así que una planificación cuidadosa es fundamental. Tome como ejemplo el libro de Rocket Connections, cuyo [vicepresidente ejecutivo de Operaciones Comerciales, Stacey Caster](#), señaló: «*Pusimos en marcha un Consejo de IA que reúne a miembros de equipos multidisciplinarios en varios niveles para establecer mejor la manera en que podemos aprovechar la IA para perfeccionar nuestro negocio*».

En este aspecto, revisar sus herramientas actuales del centro de llamadas o del centro de contacto puede serle útil. Lleve a cabo un análisis de deficiencias para determinar sus necesidades. Esta [práctica lista de verificación para la actualización del centro de llamadas](#) puede ayudarle a identificar el lugar donde la IA podría ser útil para la resolución de algunos de sus problemas.

Lista de verificación para la actualización del centro de llamadas

→ Descargar

2

Adopte un enfoque centrado en el cliente

A continuación, adopte un enfoque que permita la conexión humana y no que la reduzca. Una manera inteligente de hacerlo es realizar un seguimiento del recorrido de su cliente y revisar sus puntos de contacto. Comience con sus puntos de entrada, como su chatbot y el sistema de telefonía IVR; luego, trasládese a la interacción de los agentes y priorice lo que debe hacerse primero. Evalúe los datos de su cliente para generar información en áreas de oportunidad.

3

Empodere a sus agentes y supervisores

Póngase en el lugar de los agentes y los supervisores, e inclúyalos en el equipo de planificación o en el Consejo de IA si es posible. Teniendo en cuenta que hay un [54 % de clientes que abandonan una marca después de una mala interacción](#), sus agentes son fundamentales para crear la fidelidad del cliente y lograr la continuidad comercial que todos buscamos. Una buena forma de estimular a su equipo es proporcionándole todos los recursos y las capacidades de IA que necesita para hacer su trabajo de manera eficaz y eficiente.

Implementar la IA para crear resúmenes de llamadas y tomar notas es un primer paso fácil que puede ayudar a mejorar la productividad y el bienestar de sus agentes, y aumentar sus puntuaciones de CSAT.

Muchos centros de contacto ahora tienen una herramienta de IA generativa integrada, lo que facilita la puesta en marcha. Por ejemplo, [Zoom AI Companion](#), que ofrece resúmenes de llamadas entre otras herramientas de IA con valor añadido, está disponible en todos los paquetes elegibles de [Zoom Contact Center](#) sin coste adicional.*

Siguiente paso hacia el uso de la IA para ampliar su base de conocimiento: verifique patrones al azar y obtenga información que pueda crear un banco de conocimiento para ayudar a los agentes con futuras llamadas y a aumentar las cifras de resolución en el primer contacto. Por ejemplo, [Zoom AI Expert Assist](#) dentro de Zoom Contact Center muestra un tesoro oculto de información relevante de bases de conocimiento o aplicaciones conectadas y fuentes de datos que era muy difícil de encontrar en el pasado.

Otro lugar que puede tener en cuenta para implementar la IA con el fin de apoyar a los supervisores del centro de contacto es Workforce Management (WFM). Una buena herramienta de WFM, como [Workforce Engagement Management de Zoom](#), no solo ayudará a garantizarle contar con el número adecuado de agentes con las habilidades correctas disponibles en el momento adecuado. También aprovechará la IA y el aprendizaje automático para que pueda obtener datos a fin de predecir el volumen de llamadas y el tiempo de administración de las llamadas. Esta capacidad le ayuda a programar con hasta cuatro semanas de antelación para analizar tendencias y determinar fácilmente sus necesidades futuras.

4

Evalúe y corrija el rumbo

Como sucede con cualquier tecnología nueva, siempre existe un cierto grado de prueba y error. La buena noticia es que la IA también puede ayudarle a obtener información detallada para identificar lo que sucede y lo que no. Asegúrese de programar reuniones periódicas con su Consejo de IA. Al repasar su visión y su plan, se asegurará de que su estrategia de IA del centro de contacto sea sólida y pueda sobrellevar lo que depara el futuro.

El 54 %

de los clientes abandonará la marca después de una mala interacción

(Fuente: Investigación sobre las expectativas de los consumidores de Morning Consult, 2023)



«Los agentes sienten que fallan porque no pueden resolver un problema que se generó antes. Compartir información significa que el equipo puede celebrar la victoria en conjunto».



Adrian Swinscoe
Director de Punk CX

* Es posible que Zoom AI Companion no esté disponible para todas las regiones y sectores de la industria.

Asegúrese de tener al socio adecuado

No sorprende que la IA vaya a tener un rol fundamental a la hora de dar forma al centro de contacto en el futuro. Las posibles ventajas son claras: un mayor nivel de satisfacción del cliente, un equipo de servicio al cliente más participativo y una mejora en los resultados comerciales. Al adoptar un enfoque práctico y orientado al ser humano, como se describe en esta guía, estaría en condiciones ideales para obtener el máximo beneficio de la IA sin perder el toque personal.

Es fundamental asociarse con una empresa que esté a la vanguardia de la innovación del centro de contacto para ayudarle a incursionar en el territorio poco conocido de la IA. En Zoom, aprovechamos nuestro [enfoque federado de la IA](#) para crear [el centro de contacto de última generación](#). Nos encantaría escuchar su opinión y ayudarle en su recorrido por la IA en cualquier etapa en la que se encuentre.

Afiance las relaciones con sus clientes

Hable con un experto de Zoom para obtener más información sobre las ventajas de nuestro Zoom Contact Center

Comience hoy



«Creo que la IA cambiará las reglas del juego, y queremos estar justo ahí con Zoom Contact Center, liderando el cambio».



Nick Smith

Vicepresidente de Experiencia del Cliente de Vensure Employer Services



Obtener más información acerca de:

→ [Zoom Contact Center](#)

→ [Zoom Virtual Agent](#)

→ [Workforce Engagement Management de Zoom](#)

Gracias

zoom

zoom.us