

Asistentes virtuales: ¿por qué y cada cuánto es recomendable actualizarlos?

Desde acortar el tiempo y responder las consultas en forma inmediata, hasta aumentar la satisfacción de los clientes gracias a niveles más altos de precisión y exactitud, o brindar soporte 24/7, son algunos de los beneficios que los bots brindan. Sin embargo, para que funcionen correctamente es necesaria su actualización constante, sumando aprendizaje del cual, hasta el momento, el humano es responsable.

Durante los últimos años, el ecommerce creció a pasos agigantados, y junto con ello, cambió por lo tanto, la forma de consumir y las demandas por parte de los usuarios: esperan obtener todo ya, desde el producto hasta las respuestas a dudas que pueden surgir en el proceso de compra. Por el contrario, en caso de no encontrar un feedback ágil, migran rápidamente en busca de una mejor opción.

En este contexto, contar con **asistentes virtuales** –en cualquiera de sus variedades: desde asistentes en una web que funcionan solamente con respuestas predeterminadas, hasta asistentes de voz, con interpretación de lenguaje que puede estar integrado con distintas herramientas para darle una respuesta al usuario, o hasta ejecutar acciones- puede marcar la diferencia frente al resto de los competidores del mercado. De hecho, según un estudio elaborado por Gartner, se estima que este mercado crecerá u\$s1.110 millones para 2024.

Sin embargo, para que estos funcionen correctamente y sean realmente una ayuda para brindar un mejor servicio y por lo tanto, recibir una mejor atención por parte de los consumidores, es necesario que los AV sean constantemente actualizados.

“En definitiva, una vez que incorporamos los AV, van a ser estos los que reciben y están en contacto con nuestros clientes y los que, por lo tanto, le van a estar dando información sobre nuestros productos y servicios. Por ello, al igual que para los agentes y los clientes, una base de datos bien estructurada y documentada junto con la fuente de gestión de contenidos son un recurso clave”, explica Laura Fabro, CMO de Kenwin.

De esta manera y tal como indican desde Megatech, la actualización de los Asistentes virtuales -que dependerá de cada tipo de negocio y área, pero que

recomiendan realizar sprints de trabajo quincenales o mensuales- , permitirá, entre otras cosas:

- Mejorar los tiempos de respuestas a los usuarios
- Optimizar la capacidad de interacción del Asistente
- Hacer eficientes los tiempos de trabajo de los recursos asignados a responder las consultas que el Asistente Virtual no pueda responder
- Sumar nuevos flujos que puedan ser resueltos por este medio.

De esta manera, actualizando, modificando o agregando flujos, palabras, links o integraciones se aprovecharán al máximo los beneficios de estos bots que favorecen tanto al vendedor como al comprador.

“Palabras y conceptos son las cosas que más se actualizan o agregan, porque es un flujo ya activo que lo que hacemos es medir y ajustar/agregar palabras.

Lo más demandante es cuando se debe generar un flujo nuevo con integraciones a otras fuentes de información para automatizar un proceso, dado que es lo que habitualmente tiene mayor impacto en eficiencia y lleva más tiempo implementarlo”, explica Marcelo Michelini, Director en Megatech.

En este sentido, es importante, estar atento a cada cambio que se produzca dentro de la compañía, en tanto a opciones de servicios, productos, entre otros, para que el asistente pueda responder adecuadamente. Así también, se debe mantener actualizado el motor de PLN, teniendo en cuenta: diferencias lingüísticas entre hablantes nativos y no nativos, o entre clientes jóvenes y de mayor edad; la sintaxis lingüística, la mezcla de diferentes idiomas y palabras tomadas de otros idiomas; por ejemplo: anglicismos o dialectos: las expresiones específicas de cada cultura, formas de deletrear de los clientes, errores gramaticales, uso de jergas, entre otras cosas.

De esta manera se puede determinar que, no solo es importante el trabajo en la implementación del asistente virtual, sino que es tanto o más importante el trabajo en las evoluciones que podemos hacer.

“En la actualidad, todavía se necesitan personas para supervisar el aprendizaje de los asistentes, analizar y preparar la información para formarlos y para integrar a los bots en los sistemas de información de la empresa. Los Bots no aprenden por sí solos, al menos por ahora”, finaliza [Laura Fabro](#) CMO de Kenwin.

Acerca de [Kenwin](#)

Kenwin aporta al desarrollo de la industria del contacto con clientes y de las personas que la integran desde sus servicios de consultoría, capacitación, certificación y la solución de software SMD®. Desde 2002 es licenciataria exclusiva de las normas COPC® en Iberoamérica. Es líder en la gestión de la experiencia de clientes, diseño y administración de procesos automatizados y en la implementación de tecnologías para facilitar y potenciar la información y las funciones operativas (SaaS). Kenwin es reconocida mundialmente por los resultados consistentes logrados en proyectos de mejora de performance. Ha entrenado a más de 6.000 directores, gerentes y +24.000 supervisores en materias de gestión y optimización de distintas operaciones y procesos que impactan a clientes.