

GLOBAL
CX
FORUM
28° CONGRESO MÉXICO

THE HUMAN *POWER*



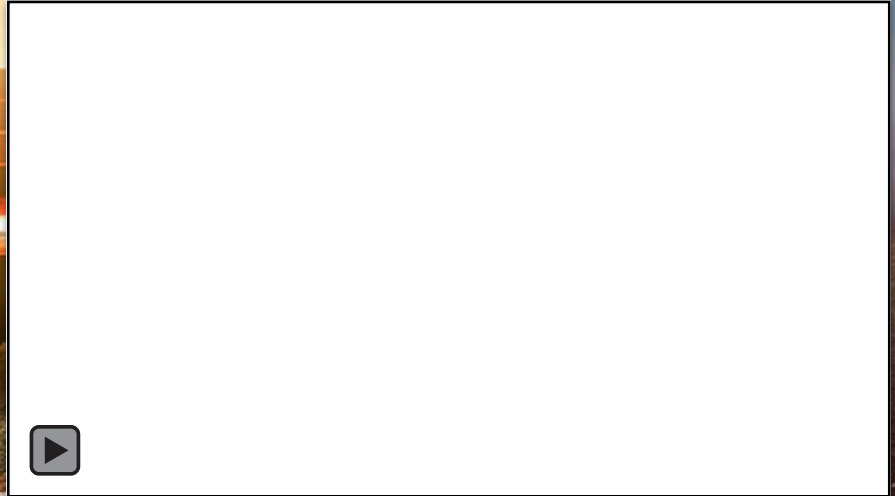
El papel de la Inteligencia Artificial y el Machine Learning en el Customer Experience

Eduardo Díaz de León Hernández

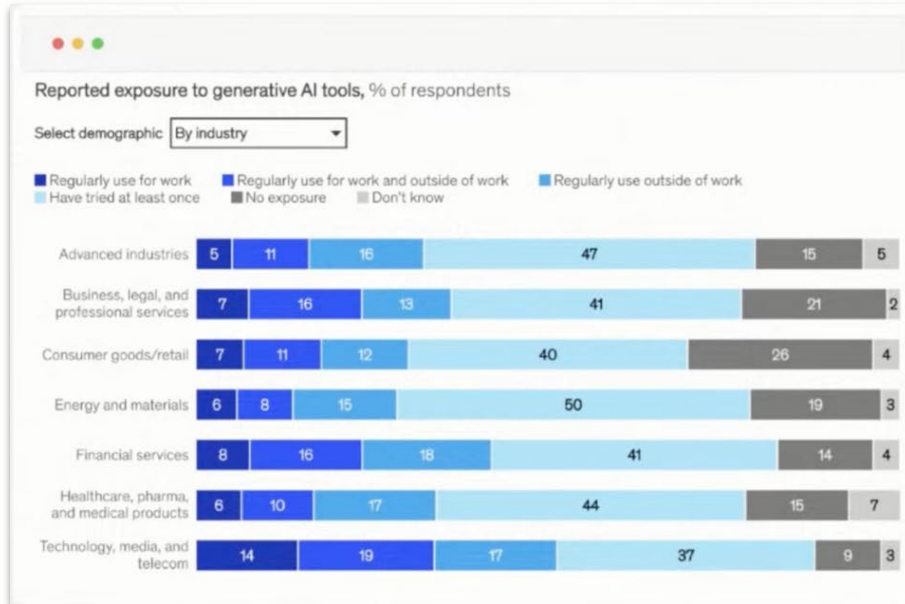
*“The future has finally arrived... Is it different as we thought.
Your Future is whatever **you make it**, so make a good one”.*



© 2023 Universal Studios. All Rights Reserved.



Contexto: ¿Qué es lo que está pasando?



Gartner 2023

Use of Generative AI is Widespread Across Industries

79% of people have had at least some exposure to generative AI

22% are regularly using it in their own work

El Triple Play

Potenciar las **interacciones personalizadas** con los clientes mediante el uso de métodos iterativos de ensayo y error para aprender y mejorar continuamente.

Analítica

Monitorea cambios en el comportamiento del consumidor y realiza ajustes en tiempo real

Propósito

Identifica los insights más importantes y concentrar sus esfuerzos allí.

Creatividad

Reconoce las oportunidades que resonarán más profundamente con los clientes.

Gartner

La IA

Que sí es

- Mejora la eficiencia y la productividad
- Reduce costos
- Aumenta la satisfacción del cliente
- Abre nuevas oportunidades de negocio

Que no es

- Magia
- Robots que dominarán al mundo
- No hay que ser experto para entenderla
- Ya está presente en nuestras vidas



- Define tus objetivos
- Identifica áreas de oportunidad y de valor
- Elige tecnología adecuada
- Implementación gradual
- Mide y lanza pruebas y grupos de control

¿Qué es la Inteligencia Artificial?

¿Qué es la IA? Son sistemas informáticos diseñados para realizar tareas que normalmente requieren la capacidad humana de aprender, razonar y tomar decisiones. En este contexto, el **machine learning** (aprendizaje automático) emerge como parte de la IA, permitiendo que las máquinas mejoren su rendimiento mediante la experiencia, es decir; capacita a las máquinas para adquirir conocimientos y habilidades de forma autónoma.

Ventajas y beneficios de la inteligencia artificial



Automatización de procesos

La inteligencia artificial permite automatizar y agilizar tareas cuya ejecución puede resultar aburrida o requerir mucho tiempo a los seres humanos.



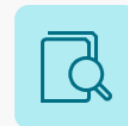
Agiliza la toma de decisiones

Al ser capaz de analizar grandes cantidades de datos en mucho menos tiempo que los seres humanos, permite tomar decisiones fundamentadas con más celeridad.



Fomenta la creatividad

Al disminuir el tiempo que se dedica a las tareas rutinarias que no aportan valor, los empleados pueden centrarse en desarrollar su creatividad.



Mejora la precisión

Reduce los fallos que podemos cometer al analizar determinados datos gracias al [Data Driven](#).

oracle.com

Entonces..

Inteligencia Artificial

La IA **simula la inteligencia humana** al realizar tareas como el reconocimiento de patrones, toma de decisiones y aprendizaje

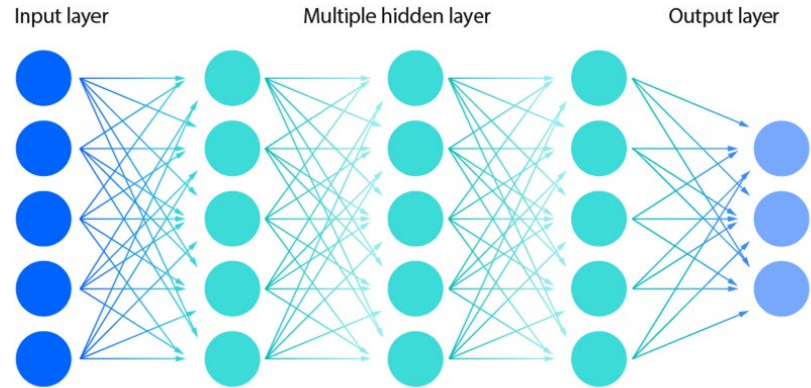
Machine Learning

El ML utiliza algoritmos que pueden **detectar de patrones** y “aprenden” a hacer predicciones y recomendaciones.

Deep Learning

El DL es un tipo de Machine Learning que **puede procesar más recursos de datos** (imágenes y texto). Utiliza redes neuronales para procesar la data

Deep neural network



IBM

Se puede aplicar en el CX

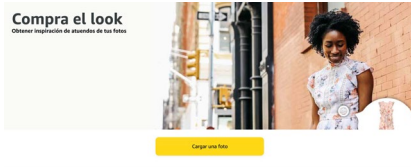
IA Generativa

IA Predictiva

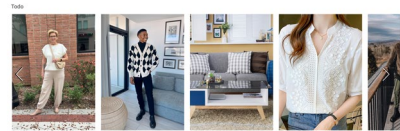


Aplicaciones

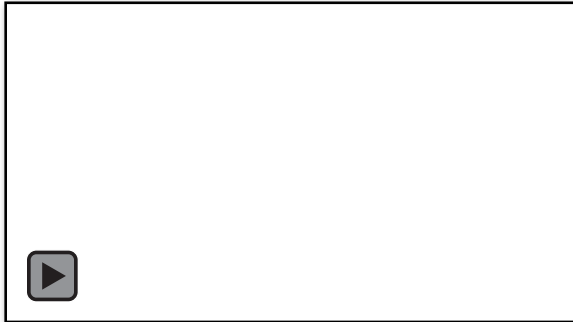
Amazon "Shop the look"



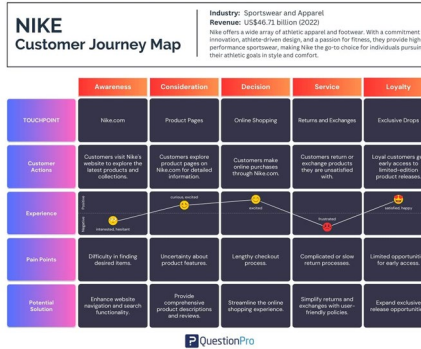
Explora estos estilos



Sephora Virtual Assist



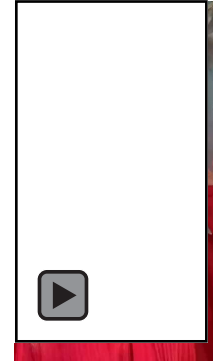
Nike Heatmap - UX



Pepper de SoftBank Robotics



Airbnb - Social Listening



AMEX Personalization




Generative AI



 You

Actúa como un experto en ventilación, y explicame cuáles son los diferentes tipos de aires acondicionados mencionando sus ventajas y beneficios, deber ser una explicación sencilla, entendible para lectores de entre 18 y 50 años.

 ChatGPT

¡Por supuesto! Aquí te explico de manera sencilla los diferentes tipos de aires acondicionados y sus ventajas:


1. **Split:**

- *Descripción:* El más común, se compone de una unidad interior y otra exterior conectadas.
- *Ventajas:* Eficiente, silencioso, ideal para habitaciones individuales.

2. **Ventana:**

- *Descripción:* Montado en una ventana, tiene todas las partes en una sola unidad.
- *Ventajas:* Fácil instalación, asequible, adecuado para habitaciones pequeñas.

3. **Portátil:**

- *Descripción:* Puedes moverlo fácilmente  una habitación a otra.
- *Ventajas:* Versátil, no requiere instalación fija, ideal para alquileres.

Herramientas de AI para Contenido

Generativo

- Respuestas basadas en **su entendimiento**
- Su meta es **responder preguntas** a toda costa
- En ocasiones las respuestas no son precisas o tienden a ser ficción, depende de los inputs
- Pueden hacerse buenos “prompts”, para eso **requieren de buena dirección.**
- Un input mal guiado pero bien intencionado puede ser un desastre.

Predictivo

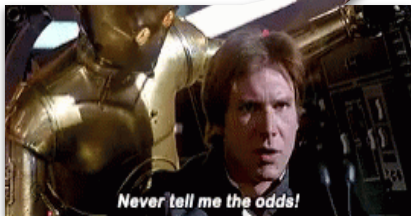
- No **escribe contenido** ni responde preguntas.
- Se entrena con datos que tienen resultados predefinidos (por ejemplo, artículos de alta calificación).
- Su entrada es una gran base de datos de variaciones informadas de datos (generada a través de inteligencia artificial generativa bien informada y bien dirigida).
- Genera y ejecuta todas las posibles iteraciones en volúmenes imposibles de crear por humanos, eliminando la necesidad de pruebas extensas.
- Selecciona los mejores resultados que entiende que emulan más de cerca los resultados exitosos de sus datos de entrenamiento.

IA predictiva y análisis de datos

¿Qué es la IA predictiva?

La IA predictiva es una rama de la inteligencia artificial que utiliza algoritmos y modelos estadísticos para analizar grandes conjuntos de datos y predecir eventos futuros. En el contexto de la CX, la IA predictiva se puede utilizar para:

- Identificar tendencias en el comportamiento del cliente.
- Predecir qué clientes es probable que abandonen un servicio.
- Personalizar la experiencia del cliente.
- Detectar fraudes.



En la CX

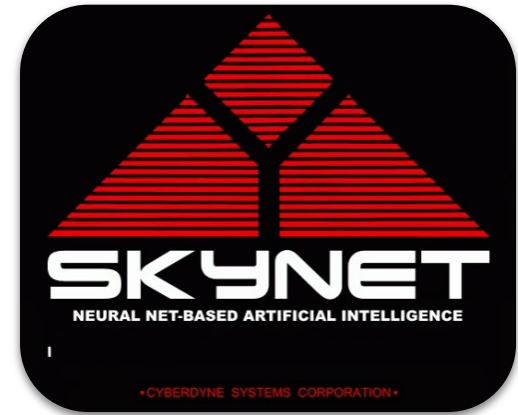
- Historial de compras.
 - Interacciones en redes sociales.
 - Comentarios de los clientes.
 - Datos de atención al cliente.
- =
- Desarrollar contenidos relevantes
 - Personalizar las ofertas y recomendaciones.
 - Mejorar la atención al cliente.
 - Desarrollar nuevos productos y servicios.



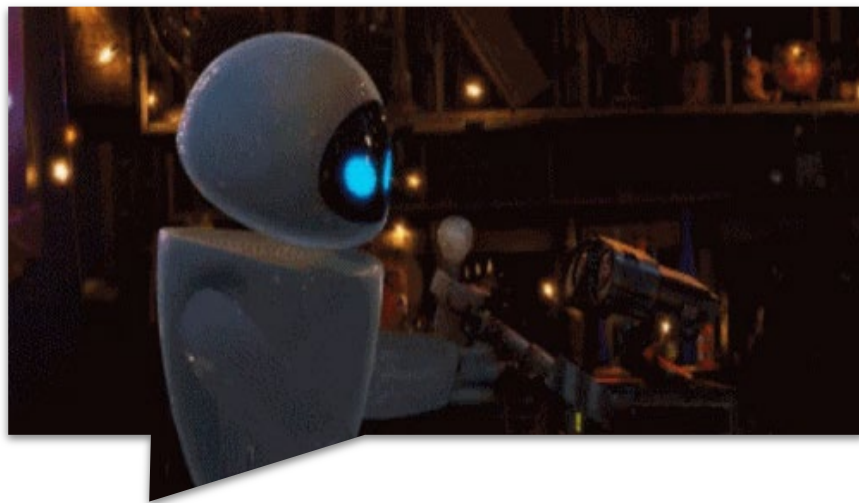
Entonces...



... ¿nos quitará nuestros trabajos?
... ¿dominará a mundo?



Entre otros beneficios



El binomio Humano + IA

Top 5 growth benefits

-  1 Improved depth of customer engagement
-  2 Improved customer satisfaction
-  3 Increased revenue growth
-  4 Improved brand loyalty
-  5 Opportunity to create new business models/products/services

Top 5 operational benefits

-  1 Improved customer insights
-  2 Improved efficiencies
-  3 Improved decision-making
-  4 Improved cost savings
-  5 Improved employee satisfaction

El Journey del AI

Las compañías se están moviendo rápido para adoptar el AI/CX: el 50% ya está piloteando, implementando u operando*



Personalización

Interacción
con el
consumidor

Automatización


El Journey del AI: Personalización



Nos ayuda a obtener información valiosa, para proveer a los equipos de CX, con esa data se pueden tomar decisiones más rápidas y mejor informadas

Segmentación de audiencias y personalización de mensajes y ofertas

El Journey del AI: Interacción



Interacción con
el consumidor

Tomar como base la información que nos da el consumidor para entregar ofertas relevantes, ad-hoc a su etapa y lograr incrementar el LTV

Utilizar análisis predictivo para entregar mensajes específicos, por región y segmentación.

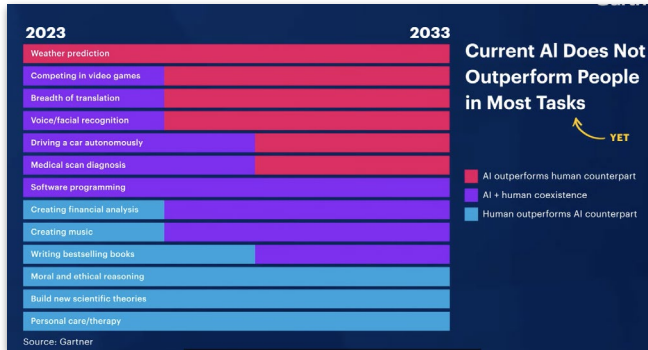
También puede reforzar las respuestas y forma en que los empleados conectar con el consumidor

El Journey del AI: Automatización



El uso de chatbots, asistentes virtuales, para dar respuestas instantáneas y personalizadas, reducción del paperwork.

Binomio para incrementar la productividad, el empleado se puede enfocar en atender al consumidor al centro.



Rappi / Machine Learning



Personalización de ofertas y recomendaciones:

- Análisis del historial de compras y preferencias del
- Ofertas personalizadas basadas en la ubicación
- Recomendaciones de productos y restaurantes.

Optimización de la logística:

- Predicción de la demanda y gestión de inventario.
- Rutas de entrega optimizadas.
- Asignación inteligente de Rappitenderos.

Atención al cliente:

- Chatbots con IA para responder preguntas frecuentes.
- Resolución de problemas y gestión de quejas.
- Análisis del feedback del cliente.

Resultados:

- Más de 10 millones de usuarios activos.
- Presencia en 9 países de Latinoamérica.
- Valoración como una de las startups más valiosas de la región.

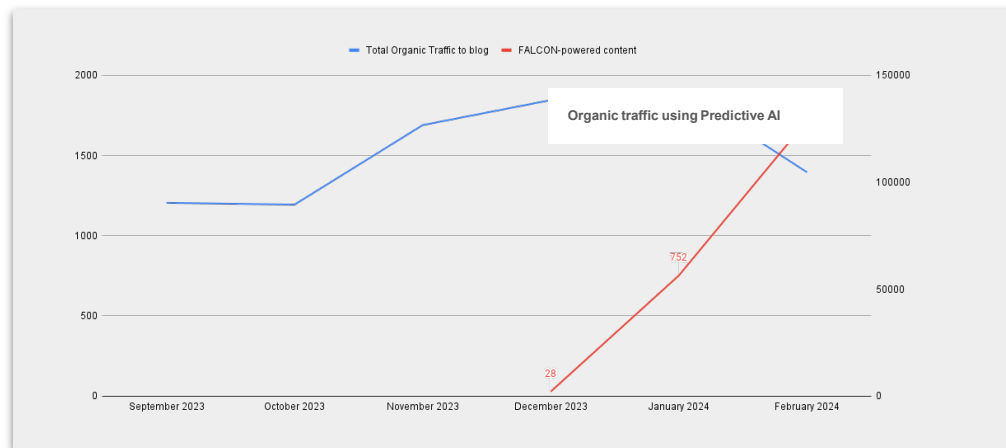
Eficiencia operativa:

- Reducción del tiempo de entrega.
- Mejora en la tasa de satisfacción del cliente.
- Optimización de los costes operativos.

Satisfacción del cliente:

- Experiencia personalizada y fluida.
- Atención al cliente rápida y eficiente.
- Alto nivel de satisfacción y fidelización.

Contenido con IA Predictiva



- Detecta y predice tendencias de búsqueda
- Oportunidades y áreas de mejora incremental

Oferta comercial Personalizada

- Datos de preferencias y compra de otros clientes y crea correlaciones demográficas.
- Historial de compras de cada cliente, pedidos y otros datos para crear un perfil personal.
- Este perfil se utiliza para ofrecer al cliente productos o servicios que son más propensos a ser de su agrado.
- Toma datos externos para predecir demandas.

A medida que la IA predictiva continúa desarrollándose, es probable que veamos aún más formas innovadoras de usarla para mejorar la experiencia del cliente.

- **Netflix:** Recomienda películas y series a sus usuarios en función de su historial de visualización.
- **Amazon:** Ofrece a sus clientes productos que les puedan interesar.
- **Starbucks:** Personaliza las bebidas que se ofrecen a sus clientes en función de sus preferencias.
- **Kennedy Space Center:** Predice el flujo de visitantes a sus instalaciones y quieren evolucionarlo para curaduría de exhibiciones.

Árbol de Decisión vs AI Chatbots

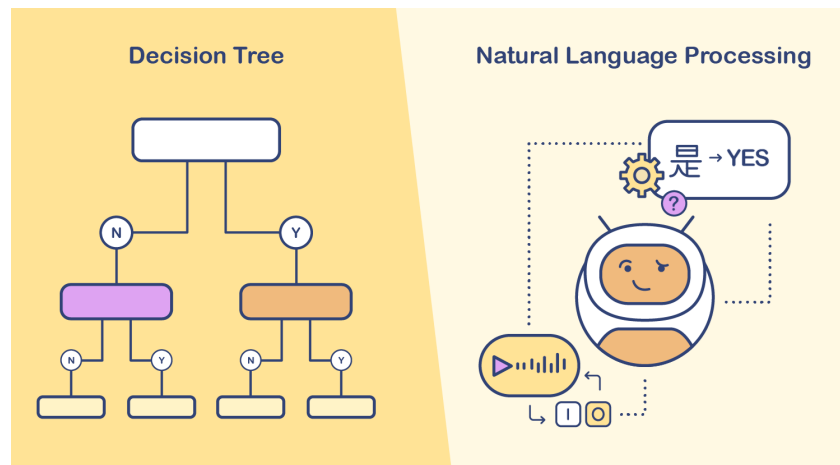
¿Cómo la IA y el Machine Learning pueden ayudar a mejorar el Customer Journey?

La IA y el Machine Learning pueden ayudar a mejorar el Customer Journey de varias maneras, como:

- Personalizar la experiencia del cliente.
- Automatizar tareas.
- Mejorar la atención al cliente.
- Predecir el comportamiento del cliente.

Ejemplos de cómo empresas utilizan la IA y el Machine Learning para mejorar el Customer Journey:

Mejora del Customer Journey



Desafíos y consideraciones Éticas

Privacidad de datos

La recolección y análisis de datos masivos son esenciales para personalizar la experiencia del cliente. Esto plantea preocupaciones sobre la privacidad y seguridad de la **información personal**.

Implementar políticas de privacidad y anonimizar

Sesgo Algorítmico

Si estos datos contienen sesgos, las decisiones y recomendaciones de la IA también lo harán, lo que **puede llevar a discriminación o experiencias negativas** para ciertos grupos de usuarios.

Diversificar los datos, revisión de sesgos, equipos multidisciplinarios

Confianza

Para que **los usuarios se sientan cómodos interactuando con sistemas de IA**, es crucial que entiendan cómo y por qué se toman ciertas decisiones automatizadas que les afectan.

Establecer puntos de control, comunicación clara y feedback

Conclusiones

CX enriquecida, operaciones eficientes y toma de decisiones data-driven

- Mejora en la satisfacción del cliente:
 - Personalización: Al permitir analizar grandes volúmenes de datos, aumentando la relevancia.
 - Respuestas rápidas: Instantáneo, ayuda a filtrar y reducir tiempos de espera.
- Eficiencia operativa:
 - Automatización: Tareas repetitivas y procesos, liberando tiempo valioso para transferir valor al cliente.
 - Reducción de errores; Algoritmos para reducir los errores humanos
- Toma de decisiones basada en datos:
 - Prever tendencias: Analizar patrones de datos y correlacionarlos para determinar posibles comportamientos
 - Adaptarse a las necesidades del mercado: Adaptarse rápidamente a cambios del mercado



Gracias

Eduardo Díaz de León Hernández