

La columna de...

ANDRÉS LEIVA,
CEO Y COFUNDADOR DE VIDESK

La era digital y el servicio empático con el cliente

Sin duda, la empatía y la confianza son valores profundamente apreciados por las personas. Con el rápido avance de las tecnologías, estas virtudes humanas son muchas veces olvidadas o poco reconocidas. Hoy, la Inteligencia Artificial (IA) ha tomado un papel clave en diferentes mercados y servicios, y las empresas han optado por esta herramienta para optimizar sus procesos y ofrecer soluciones rápidas y automatizadas a sus clientes.

Sin embargo, se debe ser consciente que esta tecnología -todavía- no es capaz de empatizar, ni de comprender necesidades o preocupaciones, características que son altamente valoradas por los usuarios. Por lo mismo, a pesar de que la IA ha transformado varios ámbitos de la vida, es esencial complementarla con la propia naturaleza humana para comprender de manera genuina las emociones y percepciones de las personas.

El uso de inteligencia artificial ha permitido a los servicios de atención al cliente nuevas posibilidades, desde la generación automática de informes sobre la experiencia de los usuarios hasta la identificación de soluciones para diversas inquietudes. Pero, claramente, no puede reemplazar la confianza y tranquilidad que brinda la asistencia humana real. Empatía.

Gracias a los avances tecnológicos, se ha logrado combinar lo mejor de ambas experiencias. Herramientas innovadoras y bastante útiles que no tienen altos costos de implementación han permitido, por ejemplo, disminuir distancias físicas de atención, establecer conversaciones cara a cara sin salir de casa, atender a clientes desde cualquier ubicación y reducir costos, tiempos de espera y de traslados. Los resultados han sido significativos y se traducen en una mayor fidelización de clientes y alta optimización de recursos.

La IA no llegó a reemplazar la atención humana, sino que, a potenciarla, reforzando sus puntos débiles, cómo trabajos monótonos o de baja complejidad operativo pero que quitan mucho tiempo, y destacando aún más sus puntos fuertes. Los líderes deben esforzarse por entregar un servicio que cumpla con las expectativas de sus clientes, brindándoles una experiencia en la que se sientan escuchados y comprendidos y en la que no perciban que son tratados como un número por una máquina que no muestra sensibilidad hacia sus preocupaciones y dudas.

El valor de la IA radica en su capacidad para agilizar procesos, al mismo tiempo que permite a un(a) ejecutivo(a) de atención mantener el trato cercano con el cliente demostrando empatía y que la marca está auténticamente al pendiente de las necesidades de sus clientes, mientras la IA se encarga de automatizar procesos de apoyo. A pesar de las grandes ventajas y beneficios que ofrece, el verdadero potencial de la IA se observa cuando se combina con la atención humana. Las herramientas que facilitan la atención cara a cara son ejemplos claros de que la tecnología es un complemento que potencia y garantiza una atención más personalizada y que permite establecer conexiones sólidas y significativas para los clientes.