

Manual de experiencia del cliente

Agosto de 2020

Índice

Introducción	3
Nuevas realidades del mercado	4
Por qué es importante la CX.....	5
Un marco estratégico para la transformación de la CX.....	7
Pilar: atraer a los clientes	8
Creación de interacciones 1:1 que se escalan	9
Dotar de recursos a los clientes para que lo consigan por sí mismos	11
Prever las necesidades del cliente	13
Próximos pasos para mejorar la interacción con el cliente.....	15
Pilar: brindar medios a los empleados	16
Creación de perfiles integrales de clientes.....	17
Optimización de la colaboración en cualquier momento y lugar.....	19
Integración de la asistencia inteligente dentro de los flujos de trabajo.....	21
Siguientes pasos para capacitar a tus empleados.....	24
Pilar: optimizar las operaciones	25
Eliminación de los silos organizativos	26
Habilitación de la agilidad operativa.....	29
Perfeccionamiento de las operaciones en tiempo real.....	31
Previsión de futuros para garantizar el éxito.....	33
Pasos siguientes para optimizar tus operaciones.....	35
Claves para una transformación de CX satisfactoria.....	36
Acerca de Microsoft Dynamics 365 / PSFK	38

Introducción

Hoy en día, casi todas las experiencias del cliente en cualquier sector, desde las ventas minoristas en tiendas hasta la banca personal y la fabricación, se basan en la tecnología digital o cuentan con el respaldo de esta. Los clientes esperan atención y servicio a petición en todas las etapas del recorrido, desde la promoción de las ventas hasta el procesamiento de pedidos y el soporte posventa. Para cumplir con las expectativas de los clientes, las empresas deben invertir en la tecnología adecuada para potenciar el servicio y las experiencias personales y proactivas.

El potencial de las nuevas tecnologías actuales de experiencia del cliente (CX, por sus siglas en inglés) es emocionante. Desde el aprendizaje automático hasta el procesamiento del lenguaje natural y la realidad mixta, las herramientas y plataformas empresariales actuales prometen cambiar drásticamente la forma en que las empresas interactúan con los clientes, la velocidad de ampliación y la precisión con la que hacen recomendaciones y solucionan problemas. Cada interacción con el cliente supone una oportunidad para que las empresas aprendan más sobre cada cliente individual y para mejorar su recorrido integral a través del servicio y la tecnología.

Aunque las empresas reconocen el potencial de la tecnología para mejorar la CX, es difícil adaptar las nuevas soluciones a los departamentos y a los casos de clientes adecuados para aprovechar todo su valor. La tecnología empresarial es útil en la medida en que los empleados la comprendan y la utilicen; los líderes empresariales tienen que entender cómo cada inversión o decisión de tecnología de CX dotará de recursos a sus equipos para que puedan destacar en la interacción con los clientes y en la eficiencia operativa.

Cuando se centran en los problemas, los objetivos y las métricas correctos, las soluciones digitales se combinan para impulsar a la empresa hacia nuevos niveles de éxito y satisfacción del cliente. Este informe de tendencias se ha diseñado para explorar las tecnologías empresariales más novedosas y compartir cómo afectan a la CX a través de la interacción con los clientes, la productividad de los empleados y la eficiencia operativa. En conjunto, estos sistemas ofrecen experiencias de cliente modernas y unificadas, lo que contribuye a que la empresa se adelante a las medidas de la competencia y, lo que es más importante, a las expectativas de los clientes.

Nuevas realidades del mercado

La interacción con los clientes ha evolucionado

El mundo es ahora eminentemente móvil y digital. En consecuencia, los clientes esperan que las marcas y las empresas estén siempre disponibles en el momento oportuno y en el lugar adecuado para brindar experiencias coherentes, cómodas y personalizadas.

La confianza en las marcas y las empresas se ha deteriorado

Las redes sociales han ampliado la voz del cliente y han democratizado la influencia y el acceso a la información. Las opiniones de amigos y compañeros tienen un mayor impacto y es más fácil que nunca cambiar a la competencia. Los clientes ahora tienen el control.

Los clientes y los mercados se mueven en tiempo real

Los sistemas heredados y las operaciones aisladas ya no pueden mantener el ritmo. Para tener éxito, las marcas y las empresas tienen que hacer posible que los empleados y los procesos respondan rápidamente a los cambios, a medida que se producen, para ofrecer experiencias excepcionales y conseguir nuevas oportunidades de ingresos.

Los datos son el recurso más valioso

Las marcas y las empresas se apoyan en una gran cantidad de información generada a partir de las operaciones internas y de las interacciones con los clientes que engloban canales y plataformas, pero buena parte de su potencial no se materializa. Para aprovecharlo realmente, las empresas tienen que adoptar un enfoque integrado capaz de extraer conocimientos útiles y compartirlos en toda la organización.

Nuevos caminos para la ampliación

Equilibrar los recursos existentes con nuevas inversiones para impulsar el crecimiento sigue siendo un desafío para cualquier organización. La adopción de herramientas de automatización inteligentes genera ganancias importantes en productividad y eficiencia, permitiendo a los empleados dedicarse a tareas centradas en el cliente y a la innovación para mejorar el balance de resultados.

Por qué es importante la CX

La CX fomenta la interacción con los clientes

94 %

El 94 % de los consumidores que otorgan a una empresa una calificación de CX “muy buena” tienen una “alta probabilidad” de comprar más productos o servicios de esa empresa en el futuro. El 95 % de los consumidores que otorgan a una empresa una calificación de CX “muy buena” tienen una “alta probabilidad” de recomendar la empresa.

[ROI of Customer Experience, XM Institute, 2019](#)

82 %

El 82 % de los compradores de empresas y el 59 % de los consumidores están dispuestos a pagar más por una gran experiencia.

[State of the Connected Customer Report, Salesforce, 2019](#)

La CX mejora el balance de resultados



La transformación digital y el enfoque en la experiencia del cliente pueden generar un aumento del 20-30 % en la satisfacción de los clientes, una mejora del 10 al 20 % en la satisfacción de los empleados y unas ganancias económicas del 20-50 %.

[What Matters In Customer-Experience Transformations, McKinsey, 2019](#)



El 63 % de los ejecutivos cuyas empresas han adoptado la IA afirma que ha supuesto un aumento de los ingresos en las áreas de negocio en las que se utilizó y el 44 % afirma que la IA ha reducido los costes.

[Global AI Survey, McKinsey, 2019](#)



Entre 2018 y 2019, las organizaciones que implantaron la inteligencia artificial crecieron de un 4 % a un 14 %.

[2019 CIO Agenda Survey, Gartner, 2018](#)

La CX potencia la ventaja competitiva



El 81 % de las grandes empresas tiene previsto centrarse más en la experiencia del cliente en el próximo año.

[The State of Customer Experience Management, XM Institute, 2019](#)



El 93 % de los líderes de TI afirma que la mejora de la tecnología de cara al cliente es fundamental para que su empresa sea competitiva. El 77 % de los líderes de TI está aumentando la inversión en la experiencia del cliente.

[Enterprise Technology Trends Report, Salesforce, 2019](#)



En lo que se refiere a la innovación, el 35 % de las empresas de alto rendimiento fueron las primeras en dar el paso en comparación con el 11 % entre las de bajo rendimiento.

[State Of Innovation, CB Insights, 2018](#)



El 70 % de las empresas de máximo rendimiento son lo suficientemente ágiles como para responder rápidamente a las demandas y conocimientos de los consumidores, frente al 37 % de las de bajo rendimiento. El 72 % de las empresas de máximo rendimiento recopila información continuamente sobre las expectativas, las tendencias y los comentarios de los consumidores en comparación con el 54 % de las de bajo rendimiento.

[Consumer Experience In The Retail Renaissance, Deloitte Digital y Salesforce, 2018](#)

Un marco estratégico para la transformación de la CX

Interacción con los clientes

- Creación de interacciones 1:1 que se escalan
- Dotar de recursos a los clientes para que lo consigan por sí mismos
- Prever las necesidades del cliente

Capacitación de los empleados

- Creación de perfiles integrales de clientes
- Optimización de la colaboración en cualquier momento y lugar
- Integración de la asistencia inteligente dentro de los flujos de trabajo

Optimización de las operaciones

- Eliminación de los silos organizativos
- Habilidad de la agilidad operativa
- Perfeccionamiento de las operaciones en tiempo real
- Previsión de futuros para garantizar el éxito

Pilar: atraer a los clientes

Cuando se trata de la experiencia del cliente, las organizaciones destacan cuando no se limitan a abordar las preocupaciones de los compradores, sino que también invierten en la creación de relaciones proactivas y personalizadas con sus audiencias. Los clientes no se ven como problemas que deben resolverse, sino como personas con objetivos y necesidades particulares, que esperan que las marcas entiendan y atiendan. Al combinar las prácticas recomendadas de interacción con los clientes con soluciones digitales basadas en datos, como los sistemas CRM sincronizados y el servicio de anticipación basado en IA, las empresas pueden garantizar que cada interacción sea pertinente, personal y eficaz.

“ ”

“Los consumidores saben que las empresas pueden ofrecer una experiencia fluida, personalizada y atractiva, y eso es lo que esperan cada vez que se encuentran con una marca. Toda la organización desempeña un papel en la satisfacción de esa expectativa”.

Christi Olson, directora de evangelismo de búsqueda, Microsoft

Habilitación de soluciones

- **Perfiles unificados de datos de clientes:** las plataformas integrales de datos de clientes agregan información sobre los clientes de cada canal y cada etapa del recorrido del usuario para extraer conocimientos procesables sobre sus necesidades y preferencias.
- **Selección computarizada:** las plataformas de machine learning encuentran patrones en los comportamientos, las opciones y los comentarios de los clientes para personalizar las recomendaciones y los planes de acción futuros.
- **Búsqueda guiada:** el procesamiento del lenguaje natural aprovecha el big data de la empresa para guiar a los clientes a los productos o las respuestas que necesitan con una fricción y una frustración mínimas.
- **Servicio proactivo:** el uso de datos históricos y en tiempo real recopilados de las interacciones individuales, los dispositivos habilitados para IoT y otros puntos de contacto con el cliente, el software basado en IA predice las necesidades futuras, los obstáculos o los eventos y cambia el curso de la actividad comercial para abordar estas situaciones incluso antes de que surjan.

Creación de interacciones 1:1 que se escalan

Los clientes tienen tiempo y atención limitados. Para reducir la fragmentación de la información, las notificaciones y las comunicaciones que definen el panorama actual, esperan personalización y relevancia. Los perfiles de datos de clientes unificados y los sistemas CRM avanzados están permitiendo a las empresas ofrecer servicios adaptados y con un alto grado de interacción que superan las expectativas de los clientes. Estas plataformas inteligentes rastrean y analizan las preferencias, los objetivos y el historial de interacción de los clientes, además de factores externos, como el cambio de las condiciones del mercado, con el fin de ofrecer un nivel de servicio de atención al cliente que antes se limitaba solo a los mejores agentes del cliente. La administración de relaciones basada en datos genera una relación de clientes, aumenta la satisfacción y fomenta la demanda, todo ello a escala empresarial.

Notas adicionales

“”

“Lo que es importante de una experiencia de compra de Nike es que, con el aprendizaje automático y la inteligencia artificial, podemos hacer que todas las experiencias digitales de Nike sean únicas y personales. Lo que te deseo es saber que tienes tu propia tienda personal adaptada para ti en la experiencia con nuestras aplicaciones”.

Heidi O'Neill, presidenta, Nike Direct

62 %

Una mayor personalización en el comercio minorista conduce a un aumento del 40 % en el valor medio del pedido y a un aumento del 110 % en el número de artículos comprados.

Level of Personalization in Retail,
Boston Consulting Group, 2019

Cómo se manifiesta esto

24 Hour Fitness

Escalado de la personalización mediante el análisis de datos inteligente

Con el fin de destacar en un mercado abarrotado, el club de wellness estadounidense 24 Hour Fitness conectó los datos de marketing y ventas con Microsoft Dynamics 365 y Adobe Experience Cloud en Microsoft Azure, ofreciendo mensajes de marketing personalizados a través de su base de afiliados. Al aplicar el análisis de datos al marketing de afiliados, el enfoque basado en inteligencia de 24 Hours Fitness ha potenciado en última instancia experiencias personalizadas a escala de millones de afiliados en sus más de 400 gimnasios. Al colaborar con Microsoft para crear nuevas soluciones, 24 Hour Fitness ahora es capaz de llegar a sus clientes de formas innovadoras y sorprendentes, ofreciendo a los miembros nuevos y antiguos el mismo nivel de personalización y ayudando a más personas que antes a conseguir sus objetivos de estado físico.

[Más información](#)

Citizens Bank

Productos financieros adaptados a los objetivos y etapas de la vida de los compradores

El grupo financiero Citizens Bank ha lanzado una nueva iniciativa de banca para el consumidor, Made Ready, que adapta los productos financieros de la empresa a las etapas actuales de la vida o del negocio de los clientes. Mediante datos de clientes individuales, Citizens Bank organiza productos y servicios en torno a una experiencia pertinente para el recorrido de cada cliente, como el acceso a la Universidad, la compra de una primera vivienda, la puesta en marcha de un negocio o un plan de pensiones. Diseñado para atraer a los clientes más jóvenes en particular, Made Ready se centra en las necesidades financieras de los miléniales pertinentes, incluidos los préstamos de punto de venta y la refinanciación de préstamos estudiantiles.

citizensbank.com

Dotar de recursos a los clientes para que lo consigan por sí mismos

En nuestra era donde la tecnología está omnipresente, los clientes se sienten cada vez más cómodos navegando, comprando e incluso solucionando problemas por su cuenta en lugar de recurrir a las marcas para recibir soporte. En vez de interponerse en la independencia de los clientes, las empresas pueden mejorar la experiencia automatizando las etapas del recorrido, eliminando los obstáculos y desarrollando elementos de soporte fáciles de usar que agilizan el proceso y dotan de recursos a los clientes para que logren más cosas por su cuenta.

Notas adicionales

57 %

Cuando un cliente minorista está online y hay disponible una opción de autoservicio para ayudarles, el 57 % de los clientes afirma que normalmente probará una opción de autoservicio antes de ponerse en contacto con el servicio de atención al cliente.

[Retail Report, CFI Group y Radial, 2019](#)

“,”

“Las organizaciones de servicio al cliente tienen que hacer que el autoservicio resulte sencillo y eficaz. Debe dirigir al cliente a la resolución o a la respuesta correcta. El autoservicio debe suministrarse cuando el cliente está involucrado, comprendiendo a fondo el contexto y en el flujo de las acciones dentro de la aplicación que está usando”.

[Your Customers Want to Self-Serve—It’s Good For Them And Good For You, Forrester, 2019](#)

Cómo se manifiesta esto

Directly

Productos financieros adaptados a los objetivos y etapas de la vida de los compradores

Colaborando con Directly, un proveedor de software, para automatizar su oferta de servicio al cliente, Microsoft combinó a promotores de marca humanos con inteligencia artificial para crear una experiencia de servicio de atención al cliente más eficiente y autónomo. Aunque la IA entrenada se encarga de los problemas más sencillos, los expertos en productos y servicios quedan libres para abordar problemas más complejos. Resolviendo 2 millones de interacciones de servicio de atención al cliente en promedio al año, el enfoque de los trabajadores por proyecto de Directly ha ayudado a Microsoft a aprovechar una plantilla ya entrenada y a escalar eficazmente sus equipos de servicio de atención al cliente en momentos críticos durante todo el año, proporcionando valor a los clientes que buscan soluciones instantáneas. Este nivel de servicio autónomo ha llevado a Microsoft a conseguir puntuaciones de satisfacción del cliente de más del 90 %, mientras que el 25 % de todos los problemas de Xbox ahora se pueden resolver automáticamente.

[Más información](#)

Ethos

El aprendizaje automático optimiza las aplicaciones de seguros de vida

Ethos, una empresa de seguros directa al consumidor, utiliza el aprendizaje automático y el análisis de big data para reducir el tiempo y las molestias que los clientes soportan a la hora de comprar un seguro de vida. Los seguros de vida tradicionales se venden a los clientes a través de agentes y todo el proceso puede tardar un promedio de 15 semanas, exigiendo en ocasiones que los clientes se sometan a exhaustivos exámenes médicos y análisis de sangre. Para simplificar la experiencia, Ethos pide a los clientes que rellenen un cuestionario online de un minuto de duración, que después se verifica con registros médicos. Los datos personales se analizan algorítmicamente frente a patrones de big data para generar varios presupuestos de seguros, que los clientes pueden revisar y seleccionar en el navegador. Al optimizar el desarrollo de presupuestos, Ethos mejora el acceso a los seguros y guía a los clientes para que tomen decisiones informadas a la hora de elegir las pólizas.

ethoslife.com

Prever las necesidades del cliente

A medida que las empresas aprovechan el software y los sistemas conectados, las herramientas de IA están aprendiendo de los comentarios y del uso repetido para comprender mejor las necesidades y los objetivos del cliente. A través de este ciclo de rendimiento y comentarios, las experiencias basadas en IA evolucionarán desde la prestación de un servicio de atención al cliente reactivo hasta la oferta de un servicio proactivo, que incluye la automatización de tareas normales, la prestación de asistencia justo a tiempo y la resolución de problemas para solventar posibles cuestiones antes de que se conviertan en problemas. Los clientes buscarán a las empresas que estén en disposición de administrar la experiencia del cliente de esta manera proactiva.

Notas adicionales



“Tradicionalmente hemos sido muy buenos en la elaboración de informes reactivos. Ahora, la gran área que ha sido el detonante de los análisis ha estado dentro del área de mantenimiento predictivo”.

Peter Wallin, arquitecto de soluciones de BI, Volvo Group



Se prevé que el análisis del recorrido del cliente aumente a casi 25 930 millones de dólares en 2026.

Global Customer Journey Analytics Market Opportunities, Verified Market Research, 2019



El mantenimiento predictivo basado en IA puede generar una reducción del 10 % en los costes de mantenimiento anuales, una reducción del tiempo de inactividad de hasta el 20 % y una reducción del 25 % en los costes de inspección.

Smartening Up With AI, McKinsey, 2017

Cómo se manifiesta esto

Lexmark

Anticipar las necesidades de los clientes a través de dispositivos conectados al IoT basados en el cloud

El fabricante de impresoras y proveedor de servicios en el cloud Lexmark combinó sus dispositivos conectados al IoT con la plataforma de CRM basada en el cloud de Microsoft, Microsoft Dynamics 365 Field Service, para ofrecer una funcionalidad de servicio de campo conectado, dando lugar a una oferta de servicio de atención al cliente predictivo que permitía a los agentes de servicio de campo de Lexmark identificar problemas, resolverlos y entregar todas las piezas de repuesto necesarias al técnico adecuado en cada momento y a escala.

Al aprovechar Dynamics 365 para realizar un seguimiento y análisis de datos continuo de sus impresoras conectadas al IoT (piensa en la hora, la ubicación, las tasas de uso y la estacionalidad), los equipos de Lexmark pueden utilizar las capacidades de modelado visual de Azure Machine Learning para crear un algoritmo que calcula el suministro de tóner y el plazo de agotamiento de los consumibles de impresora, determinando a su vez el plazo óptimo de sustitución de consumibles que se debe indicar a los clientes, lo que supone una experiencia positiva para el cliente.

[Más información](#)

Marvis de Juniper Mist

Los motores de IA predicen y corrigen los problemas de conectividad de Internet

El software de administración de redes Juniper Mist combina IA y big data para solucionar problemas de forma proactiva en redes de Internet locales inalámbricas y por cable. La compañía lanzó su motor de IA, Marvis, para analizar el rendimiento de la red, resolver automáticamente los problemas de conectividad cuando fuera posible y proporcionar a su equipo de TI un análisis de causa raíz y sugerencias de pasos siguientes en caso necesario. Gracias a la administración de la conectividad para empresas, organizaciones, espacios públicos e, incluso, redes de automoción de conducción autónoma, Marvis ofrece a sus clientes empresariales una experiencia de Internet más fiable y sin complicaciones.

mist.com/juniper

Próximos pasos para mejorar la interacción con el cliente

- Los clientes esperan que mantengas una vista integral de su recorrido. Invierte en unificar perfiles de datos de los clientes para realizar un seguimiento de sus experiencias globales e identificar los obstáculos más habituales.
- El recorrido del cliente continúa con independencia del dispositivo que utilicen los clientes. Comprométete a desarrollar una experiencia fluida en todos los canales y garantizar que las plataformas de datos de los clientes estén operando desde un punto de vista omnicanal.
- Los clientes se interesan por los servicios que les hacen la vida más fácil y las marcas útiles son las prioritarias. Integra las capacidades de IA en tus productos y sistemas, lo que les permite aprender de las interacciones repetidas, personalizarlas en función de la interacción de los usuarios y prever las necesidades y los desafíos futuros.
- Respeta las habilidades de tus usuarios finales. Tanto si son consumidores minoristas, médicos de hospital o responsables de toma de decisiones corporativas, desarrolla interfaces fáciles de usar que les ayuden a conseguir sus objetivos sin necesidad de dominar nuevos programas informáticos.

Pilar: brindar medios a los empleados

Ya sea trabajando individualmente o en un equipo, los empleados son el mayor activo de una empresa a la hora de desarrollar soluciones innovadoras y de brindar un servicio excepcional. Sin embargo, los empleados trabajan mejor cuando cuentan con el respaldo de plataformas digitales y de herramientas que automatizan las tareas tediosas, proporcionan conocimientos en tiempo real sobre los clientes y facilitan nuevas formas de colaboración. Al combinar la experiencia de los empleados con un software ágil, las empresas dejan libres a los empleados para que dediquen su tiempo y esfuerzos al pensamiento creativo y la resolución de problemas.



“Ahora que la inteligencia artificial puede ayudar a los líderes a abordar las tareas operativas de manera más eficaz, estos pueden centrarse en dotar de recursos a su personal. Esto significa confiar en las personas para que resuelvan los problemas ellos solos y asegurarse de que están equipadas para rendir al máximo. En definitiva, los líderes pueden dejar de ser gerentes para convertirse en movilizadores”.

Michel van der Bel, Presidente,
Microsoft EMEA

Habilitación de soluciones

- **Software de colaboración de realidad mixta:** las plataformas de RA y RV permiten a los empleados de todos los equipos u oficinas iterar en conceptos de producto, diseños y esquemas en tiempo real.
- **Análisis de opinión:** el software de IA procesa datos de texto, voz y reconocimiento facial para ayudar a los empleados a entender mejor los estados emocionales de los clientes o de los compañeros de equipo y ajustar la forma de actuar en consecuencia.
- **Asistencia remota en tiempo real:** los empleados pueden aprovechar las plataformas de transmisión de vídeo cifrada y de realidad aumentada para ver de primera mano lo que experimentan los clientes u otros empleados y proporcionar asistencia o solución de problemas en el momento.

Creación de perfiles integrales de clientes

Con el fin de ofrecer la personalización y el reconocimiento que esperan los clientes, las empresas deben invertir en sincronizar los perfiles de los clientes y aprovechar las robustas herramientas de análisis de clientes, a las que pueden acceder los empleados en cualquier plataforma y en cualquier etapa del recorrido del cliente. Incluso cuando los clientes pasan de un agente a otro y en distintos canales, esta vista integral del historial de cada cliente permite a los empleados de todos los niveles de una organización tratar al cliente como persona apreciada y asegurarse de que reciba una experiencia coherente con un toque personal.

Notas adicionales

“”

“Pienso en el crecimiento de nuestros clientes y en la necesidad de satisfacerlos en sus recorridos individuales, con experiencias personales que se apoyen en los datos y nuestro conocimiento de ellos. El recorrido de cada persona es único y esos recorridos ya no son lineales”.

Beth Johnson, CMO, Citizens Bank

“”

“La ambición de usar los datos no es solo automatizar, sino dotar [a los empleados] de herramientas y conocimientos que les permitan hacer cosas que de otro modo no podrían hacer”.

Brad Klingenberg, director de algoritmos, Stitch Fix

Cómo se manifiesta esto

AEP Energy

Los perfiles de clientes unificados crean una vista integral y una experiencia más personalizada

Para alinearse mejor con las crecientes expectativas de los clientes, AEP Energy, proveedor nacional de soluciones de energía, adoptó Microsoft Dynamics 365 Customer Insights, una solución de plataforma de datos de clientes. Al hacerlo, AEP Energy puede crear perfiles de clientes unificados reuniendo fuentes de datos transaccionales normalmente aisladas como CRM y planificación de recursos empresariales, así como datos de comportamiento en forma de uso real del producto para crear una auténtica vista integral del cliente.

Con una visión más detallada de un cliente, los equipos de atención al cliente de AEP Energy pueden ayudar a los clientes a comprender mejor los distintos productos y servicios que ofrece la empresa de energía, proporcionando un servicio de consultoría más personalizado.

Por su parte, al combinar los perfiles unificados de los clientes con la IA, los agentes de AEP Energy son capaces de aplicar conocimientos, identificar qué clientes potenciales tienen más probabilidades de convertirse en clientes, así como las cuentas existentes que probablemente reaccionarán de forma positiva a un nuevo servicio de energía o bien aquellos que corren el riesgo de irse y necesitan un mejor servicio de atención al cliente.

Más información

Stitch Fix

Los mapas de estilo del cliente informan sobre las recomendaciones de los estilistas

El servicio de estilismo personal online Stitch Fix utiliza la IA y el aprendizaje automático para proporcionar a sus estilistas humanos conocimientos que mejoren sus recomendaciones a los clientes. Mediante el análisis de las preferencias de moda indicadas por los compradores, así como su comportamiento de compra, Stitch Fix genera un mapa de estilo para cada cliente, compuesto por cientos de prendas de ropa sugeridas. Los estilistas utilizan la información de estos mapas de estilo, así como sus propias relaciones personales con los compradores, para organizar envíos periódicos de nuevos productos a los clientes. Con el apoyo de mapas de estilo completos, el personal de Stitch Fix formado por 3000 estilistas puede personalizar el servicio para sus 3,2 millones de compradores.

stitchfix.com

Optimización de la colaboración en cualquier momento y lugar

Los empleados se benefician de trabajar juntos, pero los momentos de cooperación y colaboración no necesariamente han de tener lugar en la misma habitación. Los servicios de comunicación en streaming, los espacios de colaboración de realidad mixta y las plataformas de asistencia remota están permitiendo a diversas funciones de toda la organización, desde representantes de servicio de campo hasta personal de planta de ventas o expertos en la materia, trabajar juntos y cubrir las carencias de conocimientos, ya sea en el mismo lugar o trabajando de forma remota. Estas soluciones fomentan la comunicación y la solución de problemas en tiempo real, acelerando los plazos de implementación y resolución, al tiempo que eliminan los silos departamentales.

Notas adicionales

36 %

Entre los principales desafíos citados por los fabricantes que tienen el potencial de descarrilar las inversiones en soluciones inteligentes en el futuro, el 36 % incluyó la “falta de conocimientos técnicos” que les impidan beneficiarse de su inversión.

[Creating Lasting Value in the Age Of AI And IoT: Futureproofing Your Business, Intel, 2019](#)

50 %

En 2022, más del 50 % de los proveedores de servicios de campo ofrecerá a sus clientes una experiencia digital que permita la interacción bidireccional y el inicio del flujo de trabajo a través de distintos canales humanos y no humanos.

[Cuadrante Mágico de Gartner de la administración de servicio de campo, Gartner, 2019](#)

Cómo se manifiesta esto

Chevron

Las herramientas de RA permiten la colaboración optimizada en cualquier momento y lugar.

Para crear un entorno de trabajo fiable, seguro y colaborativo en cada una de sus instalaciones, la multinacional de energía Chevron utiliza Microsoft Dynamics 365 Remote Assist y HoloLens para mejorar el rendimiento de los empleados. Viendo cómo usan la tecnología sus empleados, Chevron introdujo HoloLens para garantizar que sus ingenieros puedan dedicar más tiempo al trabajo de valor añadido y alcanzar el siguiente nivel de digitalización. Para Chevron, HoloLens facilita dos servicios distintos, el primero de ellos es Experto remoto, donde la empresa puede recurrir a cualquier experto de cualquier lugar del mundo en menos de un minuto para proporcionar soluciones guiadas y el segundo es la Inspección remota, donde los inspectores de Chevron pueden observar de forma remota la construcción y las operaciones en cualquiera de sus instalaciones en tiempo real y sugerir de manera proactiva actualizaciones o cambios. Al ser capaces de transportar digitalmente a los expertos a áreas e instalaciones de difícil acceso en todo el mundo, los ingenieros de Chevron pueden simplificar y agilizar sus flujos de trabajo, reduciendo los gastos en toda la empresa y mejorando el balance de resultados.

[Más información](#)

Walgreens

Las aplicaciones ponibles conectan a los empleados de la tienda con el soporte humano y la asistencia de IA

La cadena de farmacia nacional Walgreens equipó a sus empleados minoristas con dispositivos portátiles que los conectan con el equipo de tienda, así como con un asistente inteligente. Además de solicitar asistencia adicional al personal, los dependientes de la tienda pueden interactuar con un asistente basado en IA para acceder a información sobre el inventario de la tienda, la marca Walgreens y la experiencia del consumidor. Con planes para implantar el asistente de voz en sus 9560 establecimientos, Walgreens conectará a sus empleados minoristas con su red empresarial, lo que permitirá a los equipos de tienda mejorar la experiencia de los clientes y los pacientes.

[walgreens.com](https://www.walgreens.com)

Integración de la asistencia inteligente dentro de los flujos de trabajo

Incluso los empleados mejor capacitados requieren soporte adicional cuando se encargan de situaciones especialmente complejas. Las organizaciones están implementando software contextual para conocer las necesidades del personal en el momento y conectarlas con los recursos para tener éxito. Las herramientas orientadas a los empleados, como la IA conversacional, pueden ofrecer información pertinente y análisis de opiniones para resolver los problemas más rápidamente y evitar la escalada. Además, los programas y las herramientas de capacitación en tiempo real se pueden integrar directamente en los flujos de trabajo cotidianos, lo que mantiene a los agentes al día sobre las últimas características y consejos al tiempo que mejoran su rendimiento.

Notas adicionales



En una encuesta realizada a más de 500 trabajadores, solo el 10 % de los encuestados consideró que controlaba cómo dedicaba su tiempo al trabajo.

Encuesta sobre las comunicaciones en el lugar de trabajo, RescueTime, 2018



Los directores de informática automatizarán el 10 % de sus tareas de TI y buscarán mejorar la capacidad de todo el mundo.

Predicciones 2020, Forrester, 2019



“Nuestros clientes esperan que los hagamos llegar a su destino de forma segura y puntual, con buen y mal tiempo. Es por eso que vamos a añadir una plataforma de aprendizaje automático a nuestra gama de herramientas entre bastidores para que los más de 80 000 [empleados] de Delta puedan resolver problemas de forma más rápida y eficaz incluso en las situaciones más difíciles”.

Erik Snell, vicepresidente sénior de operaciones y centro de atención al cliente, Delta



“El objetivo es ayudar a los seres humanos agrupando y adquiriendo datos y creando después conocimientos a partir de estos datos. La sala de control proporcionará información y predicciones, pero son las personas las que tienen que tomar las decisiones. Cuando los sistemas sean más inteligentes, podremos pasar a la automatización completa impulsada por la inteligencia artificial. Eso puede dejar libres a los empleados para que se centren en cosas que la IA no puede hacer: relaciones, cadenas de suministro o problemas de los clientes, y la gestión de recursos humanos”.

Stuart Wong, director sénior del grupo, Centro Avanzado de Remanufactura y Tecnología

Cómo se manifiesta esto

KPMG

La asistencia inteligente integrada agiliza los flujos de trabajo

La organización de servicios profesionales KPMG trabajó con Microsoft para integrar la solución Microsoft Azure Cognitive Services en los flujos de trabajo de sus clientes financieros y ayudarles a automatizar las transcripciones y analizar las comunicaciones para detectar fraudes, falseamientos, filtraciones de datos y otros riesgos de cumplimiento. Al combinar el análisis de riesgos de los clientes y varios componentes de Cognitive Services, como los servicios de voz, el análisis de texto y la comprensión del lenguaje para transcribir llamadas grabadas, detectar patrones de texto y palabras clave específicos y marcar los riesgos de cumplimiento, KPMG ayuda a que sus clientes cumplan sus responsabilidades de cumplimiento y a gestionar el riesgo empresarial, con flexibilidad y precisión, a escala. Transformando la velocidad con la que KPMG puede responder a las necesidades de cumplimiento de los clientes, la empresa ahora es capaz de ofrecer conocimientos útiles en un plazo de dos a cuatro horas, lo que ayuda a los clientes a reducir el tiempo, el esfuerzo y el coste de la transcripción y el análisis de las llamadas hasta en un 80 %.

[Más información](#)

EmployBridge

El software de lenguaje natural mejora las llamadas telefónicas de atención al cliente

La empresa de selección de personal industrial EmployBridge conecta a diario por teléfono con los clientes, así como con los posibles solicitantes de empleo, lo que hace hincapié en la necesidad de la empresa de una interacción de servicio telefónico eficiente y con un alto grado de interacción. Para conseguir este objetivo, EmployBridge implementó un software de IA para entrenar a los empleados mediante el análisis de las llamadas de los representantes de primera línea con los clientes. El programa de software como servicio aplica el procesamiento de lenguaje natural y la detección de períodos de silencio para determinar la satisfacción del cliente y dónde pueden tener carencias de conocimientos los agentes. Al identificar a los agentes que tienen un buen rendimiento, el software puede replicar sus prácticas recomendadas entre otros empleados y, al mismo tiempo, aumentar las llamadas en directo con conocimientos que se pueden utilizar para personalizar y mejorar la experiencia del cliente. El soporte telefónico aumentado permite a EmployBridge reducir el plazo de incorporación de nuevos empleados, mejorar el control de calidad de las llamadas telefónicas e identificar estrategias exitosas para implementar en toda la empresa.

employbridge.com

Siguientes pasos para capacitar a tus empleados

- Tómate el tiempo necesario para comprender las necesidades y frustraciones específicas de cada departamento; aunque algunos departamentos necesitan ayuda en la búsqueda en archivos y bases de datos, otros necesitan soporte en las conversaciones en el momento. Integra las soluciones digitales apropiadas, como las búsquedas de bases de datos y las herramientas de procesamiento de lenguaje natural, para satisfacer sus necesidades específicas.
- No te olvides de investigar también la mejor experiencia de usuario para las herramientas de los empleados. Si bien los equipos corporativos o del área de operaciones prefieren una aplicación de escritorio, los empleados y los dependientes de las tiendas probablemente requieran dispositivos manos libres o que se puedan llevar encima.
- Plantéate cómo las plataformas de soporte pueden ayudar a cubrir las carencias de conocimientos. Ya se trate de incorporar a nuevos empleados o de proporcionar soporte sobre una situación especialmente compleja, la asistencia basada en IA puede reducir la dependencia constante del soporte del personal directivo.
- Si bien muchas empresas apoyan la colaboración remota o entre oficinas, no todo el mundo dispone del tiempo necesario para ver qué herramientas digitales hacen que este trabajo sea más eficaz. Asegúrate de que las herramientas de teletrabajo proporcionen una comunicación rápida, así como el tiempo dedicado a la atención cara a cara o los espacios virtuales necesarios para que los empleados puedan crear juntos.
- Sigue supervisando y administrando la satisfacción de los empleados con herramientas de soporte digital. Desarrolla relaciones estrechas con los proveedores de tecnología para asegurarte de que tus empleados conozcan todas las capacidades de los productos y que las actualizaciones del producto estén en consonancia con los comentarios y las necesidades de tu empresa.

Pilar: optimizar las operaciones

La transformación digital no se limita a añadir más tecnología a las operaciones existentes. Requiere que las organizaciones reinventen sus modelos de negocio y reorganicen a las personas, la información y los procesos para hacer negocios más rápido y prever nuevas oportunidades. Este enfoque requiere sistemas de datos y software con análisis e inteligencia integrados para potenciar los conocimientos compartidos y estrategias cohesivas en todos los departamentos, incluidas finanzas, fabricación, cadena de suministro, venta minorista y distribución.



“Con nuestros clientes, estamos viendo los primeros indicios de la obtención de beneficios a través de la IA, sobre todo gracias a la mejora de la calidad del producto, la eficiencia de la cadena de suministro y la producción, y la eficacia de sus operaciones de servicio”.

Chris Harries, director de fabricación de soluciones globales para la industria, Microsoft

Habilitación de soluciones

- **Infraestructura como servicio:** los sistemas proporcionan recursos informáticos virtualizados a través de Internet, lo que hace que la personalización sea menos dependiente de los sitios de servidores físicos o de software alta capacidad de computación.
- **Desarrollo con poco código:** las nuevas plataformas aprovechan los componentes de arrastrar y colocar y las interfaces gráficas de usuario permiten a los empleados con poca o ninguna experiencia en programación programar aplicaciones para resolver las necesidades no satisfechas. Las plataformas también son lo suficientemente sofisticadas como para dar soporte a los desarrolladores profesionales en situaciones pertinentes.
- **Aplicaciones de código abierto:** el software de código abierto permite a los equipos inspeccionar, supervisar y contribuir al trabajo digital o de datos de los demás, acelerando el proceso de alineamiento, colaboración e innovación.
- **Fabricación a petición:** incluso con análisis de datos en tiempo real, las empresas deben actualizar sus procesos de back-end con el fin de actuar a partir de conocimientos instantáneos. La fabricación justo a tiempo (JIT) reduce los tiempos de flujo de los sistemas de producción para llevar las ideas al mercado más rápido.
- **Análisis predictivo:** mediante técnicas como el modelado estadístico y el aprendizaje automático, los análisis predictivos generan y refinan las previsiones sobre los clientes, los mercados o las tendencias para que las empresas actúen.

Eliminación de los silos organizativos

Evolucionando más allá de los silos de información, las organizaciones están adoptando soluciones flexibles basadas en el cloud que les permiten unificar de forma segura sus sistemas y operaciones de datos. Esta estructura centralizada permite a los equipos internos y a los partners externos trabajar juntos de forma más eficaz, compartiendo una visión única y fiable de los procesos, las relaciones y la información.

Notas adicionales

80 %

Más de la mitad de las empresas planean reducir el gasto de software on-premises, mientras que el 80 % espera impulsar las inversiones en SaaS y en el cloud público.

Encuesta de gastos de TI, Flextera, 2020



A finales de 2019, más del 30 % de las nuevas inversiones en software de los proveedores de tecnología habrán migrado de estar centrados en el cloud a solo en el cloud.

Previsión: servicios en el cloud público en todo el mundo, 2016-2022, actualización del cuarto trimestre de 2018, Gartner, 2019

70 %

En 2022, el 70 % de las organizaciones tendrá una estrategia formal en el cloud.

Formulate A Cloud Strategy In The Context Of Your Overall Strategy, Gartner, 2019

Pilar: optimizar las operaciones



“Las marcas que tienen problemas son las que operan online y en la tienda en silos, en sistemas que nunca se crearon teniendo en cuenta otros canales. La clave para el enfoque omnicanal es tener un sistema único para todos los datos: inventario, clientes y pedidos”.

Stephan Schambach, fundador y director general, NewStore



“El cambio al cloud no solo significa adoptar el cloud. Las organizaciones que adoptan modelos operativos dinámicos basados en el cloud se colocan en una posición óptima para optimizar los costes y aumentar la competitividad”.

Ed Anderson, vicepresidente de análisis distinguido, Gartner

Cómo se manifiesta esto

Dr. Martens

Eliminar los silos organizativos a través de una cadena de suministro conectada al cloud

La emblemática marca de calzado británica Dr. Martens colaboró con Microsoft para reemplazar sus aplicaciones antiguas por Microsoft Dynamics 365 y desarrollar sus capacidades de comercio minorista y electrónico para crear una experiencia de compra omnicanal. Al aprovechar Microsoft Power BI, Power Pivot y el autoservicio para acceder instantáneamente a los datos a través de sus canales operativos y de clientes, los equipos de Dr. Martens ahora disponen de las herramientas necesarias para tomar decisiones empresariales informadas. Desde el acceso instantáneo a datos de clientes precisos y almacenes virtuales que proporcionan visibilidad de existencias en tiempo real en todos los canales, el minorista del calzado es capaz de garantizar que se envíe a la tienda correcta la cantidad precisa de producto en un plazo más corto, lo que reduce la posibilidad de que exceso o carencia de existencias del producto en su red global y mejorar las comunicaciones organizativas.

[Más información](#)

Target

El sistema de inventario optimizado permite un reabastecimiento más eficiente

El gran minorista Target está desarrollando un nuevo sistema de planificación y control de inventario para poder reabastecer los estantes de forma más eficiente. El sistema será capaz de localizar la ubicación del inventario de forma más precisa en toda la cadena de suministro, lo que permite a Target reducir el exceso de inventario en los almacenes de las tiendas y organizar mejor los envíos. Se espera que estos cambios minimicen el número de pasos necesarios para reabastecer las tiendas y reduzcan el número de horas que los empleados dedican a reponer existencias.

target.com

Habilitación de la agilidad operativa

El rápido ritmo de negocio actual exige que las organizaciones dispongan de una infraestructura flexible de software y sistemas para acelerar y escalar sus operaciones. Las empresas están creando soluciones de datos y aplicaciones ágiles, tales como interfaces con poco código y plataformas de código abierto que facilitan la respuesta a los cambios en el mercado y, al mismo tiempo, invierten en tecnólogos para desarrollar nuevos conocimientos y explorar soluciones creativas para mantenerse por delante de la curva.

Notas adicionales

“”

“[La adopción de SaaS, PaaS e IaaS] significa más estabilidad del sistema, escalabilidad a petición, mejora del proyecto [retorno de la inversión] y elasticidad. Estos beneficios luego se filtran a nuestros clientes y miembros en forma de productos más rentables, procesamiento de reclamaciones más rápido y más innovaciones”.

Derek Scheepers, director de operaciones de TI, PPS



La mitad de los desarrolladores afirma que ha adoptado o planea adoptar una plataforma con poco código en el marco de su flujo de trabajo.

The State of Low-Code Platform Adoption, Forrester, 2019

“”

“Vemos que el código abierto es un factor importante de la innovación dentro de la comunidad de ingeniería”.

Julia Liuson, vicepresidenta corporativa de la división de desarrolladores de Microsoft

Cómo se manifiesta esto

Toyota

Hacer posible la agilidad operativa impulsando soluciones realizadas por los empleados

Al asociarse con Microsoft, el fabricante de automóviles Toyota permitió a sus empleados de varios departamentos y disciplinas crear sus propias aplicaciones, resolviendo de forma rápida y sencilla las ineficiencias cotidianas a través de un enfoque con poco código o sin código. Con Microsoft Power Apps, los empleados se convierten en desarrolladores amateur, crean fácilmente aplicaciones o personalizan las soluciones existentes para satisfacer sus necesidades, lo que ayuda a los departamentos de recursos humanos y de administración de instalaciones a ahorrar en costes de materiales mediante la digitalización de los procesos basados en papel y la reducción del tiempo invertido en la introducción manual de datos. Como solución que permite a los empleados de Toyota adaptarse de forma rápida y eficiente, Power Apps proporciona un punto de conexión para que los empleados aborden las ineficiencias cotidianas específicas de su flujo de trabajo, a la vez que mejoran el rendimiento general y la velocidad de innovación en Toyota.

Más información

Nutanix

Los empleados que no son ingenieros programan software personalizado

En la empresa tecnológica Nutanix, la programación con poco código es una prioridad estratégica. La organización capacita a los ingenieros, los ingenieros de red y otros expertos en infraestructura para hacer scripts y automatizar código, lo que les permite refinar su experiencia a medida que las operaciones avanzan hacia el cloud público. La empresa también ha capacitado a ciertos empleados que no son ingenieros en el uso de herramientas con poco código para crear o mejorar sus flujos de trabajo. Nutanix espera que el aprendizaje automático haga que sea más fácil para estos denominados “desarrolladores amateur” programar sus propias soluciones digitales; por ejemplo, el director de informática de la empresa espera que más de la mitad de sus tareas de consola de servicio se gestionen mediante el código generado por los empleados desarrollado a través del aprendizaje automático.

nutanix.com

Perfeccionamiento de las operaciones en tiempo real

Aunque antes las empresas dependían de paneles actualizados periódicamente e informes mensuales para medir la eficiencia, actualmente las organizaciones deben analizar la información y hacer ajustes operativos continuamente. Con datos y herramientas en tiempo real como paneles y notificaciones en el momento, las empresas están brindando a los responsables de la toma de decisiones clave la capacidad de realizar ajustes operativos en tiempo real, como optimizar los niveles de personal, reasignar recursos, retocar diseños de productos y ajustar el inventario.

Notas adicionales

“”

“Obtenemos datos [en tiempo real] que entran en nuestro centro de soporte. Podemos ver cada taza de espresso que se está preparando y podemos ver de forma centralizada si hay alguna máquina que necesite ajuste o mantenimiento y esto nos permite mejorar la calidad del producto que servimos”.

Kevin Johnson, director general, Starbucks

“”

“Como parte de nuestra transformación digital, estamos trabajando para poner más información en manos de nuestros empleados de primera línea y que tengan una mayor vinculación con los productos y los procesos, lo que nos proporciona información que nos ayuda a mejorar continuamente en lo que llamamos un enfoque centrado en el operador”.

Peter Stamp, director de informática, Alcoa

Cómo se manifiesta esto

AccuWeather

Refinado de las operaciones en tiempo real a través de la inteligencia basada en IA

La empresa meteorológica global AccuWeather utiliza Microsoft Azure y Microsoft Dynamics 365 para obtener inteligencia sobre patrones meteorológicos y proporcionar pronósticos precisos y oportunos, y permitir la toma de decisiones empresariales y meteorológicas en tiempo real. Para las empresas que confían en las soluciones empresariales personalizadas de AccuWeather, el servicio de previsión meteorológica puede proporcionar conocimientos sobre los posibles efectos de las tormentas y las temperaturas a medida que se desarrollan, ayudando a sus clientes a tomar decisiones más informadas y en tiempo real en sus cadenas de suministro en función de las posibles interrupciones o cambios en los niveles de demanda. Además, al combinar el análisis predictivo con los datos de ventas de sus clientes, AccuWeather es capaz de aliviar los problemas de suministro estacionales en función de las condiciones meteorológicas o identificar el producto más buscado de un cliente en patrones meteorológicos recurrentes, informando de las operaciones de la cadena de suministro con mayor impacto.

Más información

IKEA

Las decisiones de la cadena de suministro en tiempo real reducen los residuos que generan las devoluciones

El vendedor de artículos para el hogar IKEA está analizando los datos de la cadena de suministro en tiempo real para mejorar su proceso de gestión de devoluciones, lo que reduce la sobrecarga y el impacto medioambiental de la empresa. En 10 centros de distribución de IKEA y 50 puntos de venta minorista, se utiliza software de aprendizaje automático para enviar el inventario devuelto y sobrante a la ubicación minorista óptima dentro de la red de la empresa. Al realizar ajustes inmediatos en su logística inversa, IKEA reduce los residuos y los costes de explotación y, al mismo tiempo, envía el inventario a los canales de mayor valor del minorista.

ikea.com

Previsión de futuros para garantizar el éxito

Organizaciones de todos los sectores y tamaños confían en las predicciones: los minoristas predicen la demanda de los consumidores, las aseguradoras pronostican el riesgo y los médicos prevén tasas de enfermedades por temporada. Las plataformas de análisis están extrayendo conocimientos de métricas tradicionales como el rendimiento empresarial y del mercado, junto con nuevas fuentes de datos que incluyen las redes sociales y los comentarios de los clientes para generar predicciones más sólidas que las empresas pueden utilizar para informar sobre operaciones, guiar iniciativas estratégicas y liderar la innovación.

Notas adicionales



Se espera que el tamaño del mercado global de análisis predictivos alcance un valor 23.900 millones de dólares en 2025, registrando una TCCA del 23,2 % sobre el período de previsión.

Grand View Research, Inc, 2019



“Aunque aún no es algo generalizado, el próximo año veremos un cambio de los análisis en tiempo real a los análisis predictivos”.

Brian Solis, analista jefe y futurista, Altimeter



“Ahora somos capaces de tomar decisiones estratégicas importantes de manera más informada. Los datos se han vuelto más legítimos, ya que se han formalizado en un sistema a prueba de balas en lugar de basarse en conocimientos individuales. Es increíble ver cómo esta nueva tecnología es capaz de optimizar y mejorar, hasta ahora, tareas que consumen mucho tiempo”.

Michael Bøgh Linde Vinther,
director de planificación láctea global, Arla

Cómo se manifiesta esto

Starbucks Deep Brew

Las recomendaciones personalizadas también realizan predicciones

Dentro de su aplicación móvil, la cadena de café Starbucks está utilizando la tecnología de aprendizaje de refuerzo para ofrecer a los clientes sugerencias de café personalizadas, que también informan sobre la planificación del inventario en los centros locales de Starbucks. Starbucks utiliza la plataforma Azure de Microsoft para impulsar su iniciativa Deep Brew, que genera recomendaciones de alimentos y bebidas personalizadas basadas en la hora del día, pedidos anteriores y factores contextuales como el clima. Este motor de recomendaciones también se utiliza para pronosticar la demanda de tiendas de Starbucks locales, lo que afecta a los pedidos de inventario y reabastecimiento, pronostica las necesidades de personal y prevé el mantenimiento del equipo.

starbucks.com

Arla Foods

La cooperativa láctea utiliza la IA para mejorar las predicciones de producción láctea

La cooperativa láctea danesa Arla Foods utiliza software basado en inteligencia artificial para estimar mejor la producción futura de leche, teniendo en cuenta variables como los cambios estacionales, los aspectos geográficos y el número de ganaderos que se pasan a nuevos tipos de leche. Antes de desarrollar el software, Arla calculaba manualmente sus predicciones mediante hojas de cálculo de Excel. Ahora, la previsión de Arla se puede llevar a cabo en varias horas. Al estimar cuánta leche producirán las 1,5 millones de vacas en sus 10 300 granjas con varios meses de antelación, Arla puede administrar los pedidos de los proveedores y preparar su procesamiento lanzando al mercado 200 millones de kilogramos de leche al mercado de forma más eficiente y sostenible.

arla.com

Pasos siguientes para optimizar tus operaciones

- Céntrate en la TI y en los recursos de datos en proyectos de misión crítica.
- Las herramientas de respuesta y predictivas tienen tanto éxito como la infraestructura de datos que está detrás. Asegúrate de que los sistemas de administración de datos internos estén bien administrados y mantenidos y de que los datos estén bien clasificados.
- Los análisis no sirven para nada si no se toman medidas. Asegúrate de que los departamentos pertinentes se comuniquen, compartan y modifiquen sus planes y procesos en consecuencia.
- Los comentarios habituales son esenciales para refinar las herramientas de optimización y predicción. Asegúrate de que los modelos algorítmicos se estén entrenando en bucles de retroalimentación sólidos.
- Crea una cultura subyacente que respalde las pruebas, la integración y la implementación continuas y capacite a los empleados para desarrollar nuevos enfoques de creación y entrega de software.
- Lo más probable es que todos los empleados de tu equipo sean usuarios de software empresarial. Permite que los equipos de ingeniería y TI escuchen su voz y comentarios antes de realizar actualizaciones o cambios en toda la empresa.

Claves para una transformación de CX satisfactoria

Soluciones diseñadas para la flexibilidad

- Las organizaciones deben buscar sistemas de software y aplicaciones que puedan satisfacer sus necesidades y objetivos actuales, además de disponer de la flexibilidad necesaria para adaptarse a las prioridades cambiantes.
- La solución correcta establece un entorno de datos, comunicación y aplicaciones que facilita la evolución y ampliación de las operaciones empresariales existentes, al tiempo que se introducen tecnologías que permiten a los usuarios crear soluciones en las que actualmente no existe ninguna.

Negocio sin silos

- Las operaciones unificadas permiten que grupos dispares trabajen juntos de forma más eficaz con una única vista fiable de los procesos, las relaciones y los datos.
- Este enfoque contribuye a eliminar redundancias, garantizando al mismo tiempo que toda la organización y sus principales partners tengan acceso a las herramientas y la información adecuadas para un rendimiento óptimo.

Decisiones basadas en conocimientos prácticos

- Las interacciones con los clientes se llevan a cabo en tiempo real. Una comprensión integral de cada recorrido único es imprescindible para personalizar la experiencia y satisfacer sus necesidades en el momento.
- Las organizaciones deben pasar de un modelo reactivo a un modelo proactivo de capacidad de respuesta. Esto requiere tener acceso a los datos adecuados y poder formular las preguntas correctas para anticiparse al cambio y planificar en consecuencia.

Servicio y soporte permanente

- Un mercado global nunca deja de hacer negocios. Las organizaciones deben disponer de soluciones para atender a esta mentalidad de actividad permanente.
- Aprovechando herramientas de IA como los chatbots, los asistentes de voz y los conocimientos personalizados es posible conseguir interacciones en todo momento sin problemas.

Automatización para acelerar las sinergias y la innovación

- La RPA, la IA y otras soluciones no solo aportan velocidad y eficiencia, sino que ofrecen la posibilidad de ampliar las capacidades operativas. Una fuerza de trabajo híbrida aporta nuevas capacidades que pueden ofrecer la siguiente innovación.
- La automatización inteligente permite a los empleados automatizar tareas repetitivas, manuales y laboriosas en el trabajo para que puedan centrarse en actividades de valor añadido y más estratégicas para la organización.

Acerca de Microsoft Dynamics 365

Dynamics 365 es un conjunto de aplicaciones empresariales inteligentes que ayuda a empresas de todos los tamaños a aprovechar los datos para impulsar más la demanda, organizar experiencias de compradores personalizadas, crear relaciones a escala y tomar decisiones basadas en conocimientos durante la totalidad del recorrido del cliente. Este potente conjunto de herramientas ofrece un sistema integrado que proporciona conocimientos útiles a todos los empleados de primera línea y de línea de negocio relevantes de tu organización. Al incorporar Dynamics 365 a la caja de herramientas de tu organización, descubrirás conocimientos predictivos y reactivos que pueden ayudar a los equipos a crear la experiencia del cliente ideal.

[Solicita una demostración en directo](#)

Acerca de PSFK

PSFK es la plataforma líder mundial de business intelligence para la innovación en el comercio minorista en el recorrido de la experiencia del cliente. A través de cada uno de los principales sectores verticales ayudamos a las marcas más progresistas a identificar y aprovechar las oportunidades de nuevas experiencias de los compradores a través de una combinación de informes de tendencias, eventos inmersivos, contenido rico en conocimientos, talleres de ideas y servicios de investigación a petición.

Piers Fawkes

Presidente y fundador
piers.fawkes@psfk.com
+1 646.520.4672

Scott Lachut

Presidente de investigación
y estrategia
scott.lachut@psfk.com
+1 646.520.4672

PSFK

2 Hartsook Lane,
Beacon, NY 12508
EE. UU.
psfk.com | [@psfk](https://twitter.com/psfk)