

3 mitos de la atención al cliente, según AIVO

La creencia en el funcionamiento autónomo de las tecnologías, o que las soluciones digitales ayudan mejor a los clientes que un humano, son algunos de los mitos más comunes

En un mundo hiperconectado y totalmente globalizado, parece que los humanos se relacionan cada vez más entre sí a través de las nuevas tecnologías, dejando a un lado las relaciones personales.

"Existe cierta tendencia a pensar que, actualmente, en las relaciones profesionales, como el caso de la atención al cliente, la tecnología elimina toda operación humana. No obstante, nosotros somos partidarios de que la nueva era digital supone una gran oportunidad de negocio para todos los sectores. Independientemente de que la tecnología nos facilite nuestro día a día, ésta requiere seguimiento por parte de los equipos humanos para garantizar empatía y evolución constante", asegura Martín Frascaroli, CEO de Aivo, compañía líder en el desarrollo de soluciones de atención al cliente basadas en Inteligencia Artificial.

Esto no se trata más que de un simple mito, uno de los muchos que envuelven al sector de la atención al cliente. Aivo presenta una lista de algunos de los mitos más destacados del sector:

Las tecnologías funcionan por sí mismas: mito. Sí que es cierto que la tecnología ayuda a que el camino sea más fácil, pero lo cierto es que bajo las soluciones innovadoras subyace la empatía, y ésta sólo puede lograrse con equipos humanos. "Un error grande en la atención al cliente sucede cuando la tecnología nace para simplificar los procesos de la empresa más que para simplificar las vidas de sus clientes. Los departamentos de atención deberían contar con equipos cualificados que trabajen con tecnologías amigables", opina Frascaroli.

Las soluciones tecnológicas piensan y ayudan mejor que un humano: mito. Nada más lejos de la realidad. "Sin duda, un agente humano capacitado para el desempeño de sus funciones es más apto para comprender y resolver un problema que cualquier solución tecnológica", opina el CEO de Aivo.

Un cliente satisfecho es sinónimo de un cliente fiel: mito. Muchos profesionales tienden a equiparar estos dos términos, pero lo cierto es que satisfacer a un cliente y solucionar sus problemas, no siempre repercute en lealtad y fidelidad. "La idea es ofrecer una atención que no se base en satisfacer unas expectativas, sino en superarlas. Para alcanzar este objetivo, las empresas deben trabajar por conseguir que cada experiencia sea resuelta de una manera única y personalizada. De esta manera, se estará dando un paso hacia el frente, lo que ayudará a diferenciarse de posibles competidores", explica Martín.

En definitiva, resulta imprescindible, a la hora de apostar por la tecnología e Inteligencia Artificial en el mundo de la atención al cliente, adoptar una solución capaz de comprender el problema del cliente de manera eficiente y resolverlo en el menor número de interacciones posible.

Datos de contacto:

Actitud de Comunicación

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>