

## **Aivo dice cómo comprar según la generación correspondiente**

**Mientras que la Generación X opta por medios tradicionales y clásicos, los Millennials no imaginan su vida sin las nuevas tecnologías. Los Xennials, por su parte, aunque nacieron en un entorno previo a la digitalización, han sabido adaptarse sin ningún problema a los nuevos medios y canales. AIVO aconseja a las compañías sobre cómo dirigirse a sus clientes en función del tipo de público que sea**

No hay dos clientes iguales. En la sociedad actual, cualquier tipo de compañía debe ser capaz de tener en cuenta en su estrategia de servicio al cliente a la alta variedad de comportamientos y heterogeneidad del mercado al que se dirigen.

“Este es, probablemente, uno de los mayores retos a los que se enfrentan las empresas modernas, posicionar sus productos en un mercado claramente diferenciado por distintas generaciones”, afirma Martín Frascaroli, CEO de AIVO, líder en el desarrollo de soluciones de atención al cliente basadas en Inteligencia Artificial.

Por ello, la compañía considera imprescindible conocer a qué tipo de clientes se dirige cualquier modelo empresarial, quienes deberán dirigirse de manera diferente a cada uno de ellos:

**Generación X.** Este grupo, de entre 41 y 50 años, antepone la calidad a la cantidad. Se trata de la última generación surgida antes de la irrupción de Internet. Han sabido adaptarse a los cambios tecnológicos, pero siguen optando por medios de comunicación e interacción más tradicionales como el teléfono. Además, no tienen un alto nivel de incursión en el sector del E-commerce, ya que prefieren comprar en una tienda física.

“La mejor manera de dirigirnos a personas de la generación X es a través de canales más tradicionales, como el teléfono, para que su experiencia sea rápida y eficiente”, explica Martín Frascaroli. AIVO pone, por tanto, a disposición de ellos Voice, una solución de atención automática en canales telefónicos que les ofrezcan una respuesta inmediata ante cualquier tipo de duda o problema. “Así, tendrán a su disposición un canal con el que puedan sentirse totalmente cómodos y que funcione rápidamente como los medios digitales modernos”, añade Frascaroli.

**Xennials.** Tienen entre 36 y 40 años y es una generación intermedia entre los “X” y los Millennials. Es un grupo que se caracteriza por la transición y evolución de lo clásico a lo moderno, de lo tradicional a los medios digitales. De pequeños no sabían qué era un videojuego y, para quedar con sus amigos, lo tenían que hacer mediante un teléfono y no por chat. Sin embargo, no tardaron mucho en adaptarse a las últimas tecnologías y, a día de hoy, usan con facilidad y destreza los medios digitales.

“Para poder dirigirnos correctamente a estas personas la opción más idónea es implementar una estrategia omnicanal dirigida a un cliente que demanda inmediatez e información en tiempo real”, afirma el CEO de AIVO. En este apartado cabe destacar a AgentBot, solución de “Chatbot” de la compañía, capaz de entender el lenguaje natural en el que se comunican las personas y que, a su vez, aprende con cada nueva interacción que el usuario realiza (nuevas palabras, significados, preguntas, regionalismos, etc.).

Millennials. También denominados Generación Y, cuentan actualmente entre 18 y 35 años. Emprendedores e independientes, les cuesta imaginar su vida sin dispositivos digitales. Son también personas especialmente críticas y exigentes, por lo que una mala experiencia en el servicio de atención es motivo suficiente para no confiar en una marca.

“Generalmente, su relación con las marcas es a corto plazo. Las compañías deben brindarles experiencias personalizadas en canales digitales de una manera eficaz y rápida. Para los Millennials, el tiempo es oro, por lo que no quieren malgastarlo en largos tiempos de espera, sabiendo, además, que la tecnología acelera cualquier proceso. Las empresas, en definitiva, deben implementar estrategias para hacer rápida, fluida y personalizada su atención”, concluye Martín Frascaroli.

**Datos de contacto:**

Mirella Palafox

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

Categorías: [Nacional Marketing](#) [Sociedad Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo Digital](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>