

Movistar reduce sus costes en Atención al Cliente más de un 30%, gracias a AIVO

A través de la solución AgentBot, la compañía proveedora de servicios de telefonía móvil atiende y resuelve el 75% de las consultas totales

AIVO, compañía líder en el desarrollo de soluciones de atención al cliente basadas en Inteligencia Artificial, ha ayudado a Movistar México, empresa proveedora de servicios de telefonía móvil, a alcanzar un 80% de retención en las consultas que efectúan sus clientes; de tal forma que tan solo el 20% de las consultas son atendidas por humanos.

Así, la compañía de telefonía utilizó AgentBot, solución de atención automática que ofrece AIVO a través de canales digitales, con el objetivo de atender a sus clientes de una forma más inteligente, rápida y natural. Con 200.000 conversaciones mensuales atendidas por Nikko, su asistente virtual propio, Movistar fue capaz de reducir hasta en un 30% los gastos económicos destinados a la atención al cliente.

Además, de las consultas totales que recibió la compañía, más de un 75% se llevaron a cabo por este asistente virtual. Estas mejoras se han conseguido durante los dos primeros años de implementación de esta solución.

"Para nosotros innovar es muy importante. Hay un nuevo perfil de cliente que exige nuevos productos y servicios, al igual que mejores maneras de interactuar. Por ello, buscamos innovar a través de distintas herramientas, como es el caso de AgentBot", asegura Mauricio González Castelazo Kleimann, responsable de Canal Digital y Atención al Cliente de Movistar México. "Nikko nos ayuda a reducir los costes de atención y a ofrecer a nuestros clientes una experiencia satisfactoria desde un primer momento", añade.

A pesar de las dificultades que implica atender a un número amplio de clientes en una compañía multinacional como Movistar, el producto de AIVO ha sido implementado de manera rápida y eficaz. Martín Frascaroli, CEO y fundador de ésta, señala al respecto "con AgentBot, ofrecemos a nuestros usuarios una experiencia **'self-service'**. De esta manera, les ayudamos a resolver sus problemas a través de una herramienta eficiente, sencilla, automatizada y con un alto grado de recomendación".

En un primer momento, Nikko fue implementado en la página web de Movistar. No obstante y, tras su éxito, el asistente virtual también ya está disponible en otros canales como SMS, aplicación móvil y Facebook.

Más información aquí.

Datos de contacto:

Miranda Bravo
Actitud de Comunicación

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

Categorías: [Internacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>