

RESUMEN  
TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL

Nº26 OCTUBRE

# CRM Y DIGITALIZACIÓN: ¿CÓMO LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL AYUDA A LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES?

2020

En este artículo de Glidden (2021)<sup>1</sup>, el autor destaca que la inteligencia artificial (IA) posee la capacidad de liberar a las organizaciones de los procesos manuales asociados con la gestión de las relaciones con el Cliente (CRM) y mejorar la participación de los clientes, perspectivas de ventas y redes sociales.

Los sistemas de CRM se han convertido en herramientas indispensables para el funcionamiento de las operaciones comerciales. En este sentido, en un mundo de negocios siempre conectado y cada vez más digital, los CRM actualizados manualmente pueden convertirse rápidamente en obstáculos difíciles de manejar para la productividad y eficiencia de la compañía. Esto genera que las empresas de todas las industrias piensen en utilizar la inteligencia artificial para optimizar las plataformas de CRM.

Sin embargo, todavía hay varios conceptos erróneos sobre la IA. Fundamentalmente, la inteligencia artificial se trata de entender la importancia del análisis de datos y cómo podemos entrenar máquinas para sintetizar y analizar los datos como un ser humano podría. En su esencia, la tecnología de la IA trata de liberar a la mente humana de tareas monótonas y repetitivas.

Por tanto, la inteligencia artificial tiene la capacidad de liberar a las organizaciones de los procesos manuales conectados al sistema CRM. De este modo, Glidden reconoce tres ventajas clave que la IA puede aportar:

### **Mejor compromiso con el cliente**

Debido a que las soluciones que entrega la inteligencia artificial reduce la carga laboral de muchos equipos de trabajo, estos tienen mayor tiempo para ayudar a los clientes y posibles clientes. La tecnología de IA al ayudar con las funciones de servicio al cliente y soporte, permite a través de los bots de chat y correos electrónicos que los clientes obtengan respuestas más rápidas y satisfactorias. En resumen, las nuevas tecnologías atienden en tiempo real de modo más eficaz a clientes potenciales y existentes.

Una consecuencia positiva de estas operaciones es que las y los empleados pueden liberarse de las responsabilidades administrativas más rutinarias y centrarse en aspectos más innovadores como el pensamiento creativo, la resolución de problemas y el apoyo al cliente. Con ello, se logra un aumento en la satisfacción y retención de las y los empleados.

---

<sup>1</sup> Este resumen se basa en el artículo “3 ways AI improves CRM” de Jody Glidden InfoWorld, 2021. Disponible en: [https://www.infoworld.com/article/3624010/3-ways-ai-improves-crm.html?utm\\_source=Adestra&utm\\_medium=email&utm\\_content=Title%3A%203%20ways%20AI%20improves%20CRM&utm\\_campaign=IDG%20Tech%20Talk%3A%20The%20Future%20of%20Work&utm\\_term=IDG%20Tech%20Talk&utm\\_date=20210806141006&huid=28eedf43-17bb-4b96-b347-4e5e42e09ace](https://www.infoworld.com/article/3624010/3-ways-ai-improves-crm.html?utm_source=Adestra&utm_medium=email&utm_content=Title%3A%203%20ways%20AI%20improves%20CRM&utm_campaign=IDG%20Tech%20Talk%3A%20The%20Future%20of%20Work&utm_term=IDG%20Tech%20Talk&utm_date=20210806141006&huid=28eedf43-17bb-4b96-b347-4e5e42e09ace)

### Mejores perspectivas de ventas

Tener un registro centralizado de datos de ventas y comunicaciones de clientes significa un mejor pronóstico de ventas y una visión más clara de cómo se ganaron o perdieron las transacciones. La integración de inteligencia artificial garantiza que su CRM capture los datos del cliente en el formato deseado utilizando tecnologías de reconocimiento de voz, imagen y documentos. El capturar datos de alta calidad es crucial para predicciones de IA precisas y perspicaces, que a su vez fortalecen las operaciones de negocio.

Los datos de los clientes y las predicciones precisas impulsadas por la inteligencia artificial también tienen importantes implicaciones en la forma en que se organizan los equipos para gestionar diversas cuentas. Utilizar una aplicación de IA es efectivamente como dar con un científico de datos a cada miembro del personal para dar sentido a datos comerciales dispersos que de otra manera se perderían o se retrasarían en el análisis.

### Redes sociales más inteligentes

Actualmente, la tecnología tiene la capacidad para fortalecer las conexiones y relaciones, especialmente en los negocios. De este modo, integraciones de inteligencia artificial minan plataformas de CRM para datos transaccionales, contactos sociales e historia de la comunicación. Esta información se recopila, agrupa, analiza y distribuye automáticamente para que los equipos tengan información sobre las mejores prácticas de interacción con clientes, proveedores y otros interesados.

A medida que las empresas salen de la pandemia y tratan de capitalizar aún más las ganancias obtenidas en las redes virtuales durante el último año y medio, se prevé una mayor adopción de integraciones de IA entre las empresas, especialmente dentro del mercado de CRM.