



Ramon Jiménez Palacios,
AI & Analytics
Practice Leader
IBM SPG y
miembro Grupo de
Telecomunicaciones
de Autelsi

Soluciones de Inteligencia Artificial en el sector de las telecomunicaciones

Las herramientas basadas en inteligencia artificial están sirviendo de palancas para revolucionar el sector de las telecomunicaciones, enfocadas fundamentalmente a la experiencia de usuario y al ahorro de costes. Es posible diseñar y homogeneizar la experiencia de usuario centralizadamente y ofrecer soluciones ágiles y a medida basadas en asistentes inteligentes, donde los costes por conversación no superan las decenas de céntimos. Esto se orienta a operaciones de alta frecuencia y baja complejidad donde estos asistentes actúan de manera eficiente y bastante más económica.

Si nos centraremos en soluciones basadas en mejorar la relación que tiene el consumidor con su compañía de telecomunicaciones, hemos observado una evolución con diferentes etapas.

Una etapa inicial en el que el asistente comprende un ámbito de consultas del cliente sobre las que se ofrece respuestas básicas, generalizadas e incluso vinculadas a documentos o contenidos ya existentes que contienen la información.

La siguiente etapa en la que se diseñan flujos de conversación complejos que permiten guiar al cliente hasta una respuesta personalizada. Estos flujos de conversación parten de una primera captura de lo que denominamos, "pregunta abierta", que nos indica la temática o categoría que vamos a abordar, desde la que se va desencadenando un flujo de conversación especializado con el cliente, hasta proporcionar una respuesta final.

Finalmente nos enfocamos a la transacción y la omnicanalidad, otorgando al asistente la capacidad de "hacer" cosas y extendiéndose a los principales canales de comunicación,

como aplicaciones de la compañía o canales ya existentes, como son WhatsApp o la IVR cognitiva. Esto se traduce en un ahorro directo en los servicios de atención y una mejor experiencia de cliente.

Apoyándonos en un modelo iterativo se aprende de las conversaciones y se evolucionan los diálogos desarrollados con nuevas capacidades, lo que aumenta la percepción de valor del asistente y lo señalan como un punto de encuentro de tecnologías y soluciones de diferentes áreas.

La irrupción de estas tecnologías ha supuesto una revolución del sector, donde se comienzan a demandar nuevos perfiles como son entrenadores cognitivos, lingüistas computacionales, científicos de datos, ingenieros de experiencia de usuario o arquitectos de diálogos.

La tendencia que hemos observado a lo largo de este último año es que se han enfocado los esfuerzos en transformaciones completas del servicio de atención al cliente, por dos vías.

De un lado lo que denominamos Cognitive Contact Center, en el que se proporciona soporte al cliente sobre el canal telefónico. Aquí convergen las tecnologías que permiten desarrollar conversaciones en lenguaje natural con tecnologías de transcripción y síntesis de voz.

De otro lado un enfoque más disruptivo respecto a la experiencia de usuario, que se basa en trasladar la atención de un canal telefónico a un canal digital, que permite al cliente disponer de la transcripción de la conversación, interrumpir y reanudar sin dificultad y compartir información de diferente tipo, como imágenes, documentos, enlaces o vídeos. ■