Mejorar la experiencia del cliente mediante soluciones con tecnología de IA:

Una manera más inteligente de actualizar tu infraestructura tecnológica

A medida que las empresas se expanden y las expectativas de los clientes evolucionan, las compañías suelen enfrentarse a una encrucijada respecto a la actualización de sus tecnologías de experiencia del cliente. ¿Deberías reemplazar tus herramientas existentes con un sistema nuevo o hay una forma más inteligente de mejorar lo que ya tienes?

Con la promesa de operaciones optimizadas y características de vanguardia, reemplazar los sistemas puede parecer una solución tentadora. Sin embargo, también implica costos significativos, interrupciones y un largo proceso de implementación. A menudo, existe un camino mejor: aumentar la infraestructura tecnológica actual en lugar de quitarla por completo.

En esta guía, se proporciona una estructura comprobada para mejorar tus sistemas existentes mediante soluciones con tecnología de IA y se hace foco en tres casos de uso clave:

- Posibilitar la eficiencia mediante experiencias de autoservicio inteligente
- Transformar las comunicaciones unidireccionales en conversaciones bidireccionales
- Maximizar el retorno de la inversión (ROI) omnicanal mediante soluciones con tecnología de IA

También aprenderás a enriquecer tus herramientas con API abiertas y, a la vez, a aprovechar los datos de los clientes y eliminar los silos con una plataforma de datos de clientes (CDP). Este enfoque empodera a tus equipos para ofrecer experiencias más personalizadas que no generen fricción, sin necesidad de transformar por completo el sistema.

¿El resultado? Una mayor interacción con el cliente, puntajes de satisfacción más altos y un ROI sustancialmente mejor.

Aumentar la infraestructura tecnológica con IA

Reemplazar la infraestructura tecnológica cuando lo que se necesita es encontrar soluciones para nuevos desafíos empresariales puede ser costoso y requerir mucho tiempo. En cambio, mejorar tus herramientas actuales es un enfoque más rentable que brinda resultados de manera más rápida. Mediante la integración de nuevas funciones, como chatbots y asistentes virtuales, enrutamiento inteligente y análisis integral casi en tiempo real (cualitativo: Voice Intelligence y cuantitativo: Voice insights) en tu software existente, los equipos pueden disfrutar los beneficios de inmediato sin necesidad de períodos de incorporación prolongados o grandes interrupciones. Los equipos de experiencia del cliente pueden seguir trabajando con los sistemas que conocen y, además, obtener acceso a nuevas capacidades. Este enfoque ofrece escalabilidad, lo que permite a las empresas agregar funciones según sea necesario sin someterse a un reemplazo completo del sistema.

Desbloquear más casos de uso con API abiertas

Las API (interfaces de programación de aplicaciones) abiertas ofrecen a los equipos de experiencia del cliente la flexibilidad de integrar, personalizar y escalar sus herramientas sin ser dependientes de sistemas rígidos. Gracias a que conectan las plataformas sin inconvenientes, logran derribar los silos, automatizar los flujos de trabajo y personalizar las experiencias de los clientes.

Sin embargo, no todas las API son realmente abiertas, muchas limitan la personalización y restringen los casos de uso. Una verdadera API abierta, como la de Twilio, se integra a la perfección con cualquier pila tecnológica, lo que ofrece un control completo del desarrollo sin depender de la plataforma. Este enfoque modular permite a las empresas organizar trayectos del cliente omnicanal (ya sea a través de mensajería, voz, correo electrónico o datos de clientes) y garantizar así una experiencia coherente y personalizada en cada punto de contacto.

Por qué las API abiertas son importantes para los equipos de experiencia del cliente

- **Unifican los datos de los clientes** en la gestión de la relación con los clientes (CRM), marketing y herramientas de análisis.
- **Habilitan la interacción bidireccional y casi en tiempo real** mediante SMS, WhatsApp o voz.
- **Automatizan los flujos de trabajo** con información impulsada por IA y enrutamiento inteligente.
- **Escalan sin depender de proveedores**, mediante la adaptación de las soluciones a medida que las necesidades comerciales evolucionan.

Evita los obstáculos de las API cerradas

Algunos proveedores afirman ofrecer API abiertas, pero imponen restricciones que limitan la integración y la innovación. Cuando evalúes soluciones, pregunta si es posible la personalización completa o si hay características limitadas que requieren aprobación. ¿La API es compatible con la automatización y el uso compartido de datos casi en tiempo real? ¿Puede escalar con la empresa o fuerza flujos de trabajo predefinidos?

El enfoque de API abiertas de Twilio

A diferencia de las soluciones rígidas y en forma de paquetes, las API de Twilio son completamente modulares y admiten la composición. Las empresas pueden crear soluciones de interacción con el cliente personalizadas que se integren con facilidad en los sistemas existentes; lo que garantiza flexibilidad, interoperabilidad y escalabilidad a largo plazo.

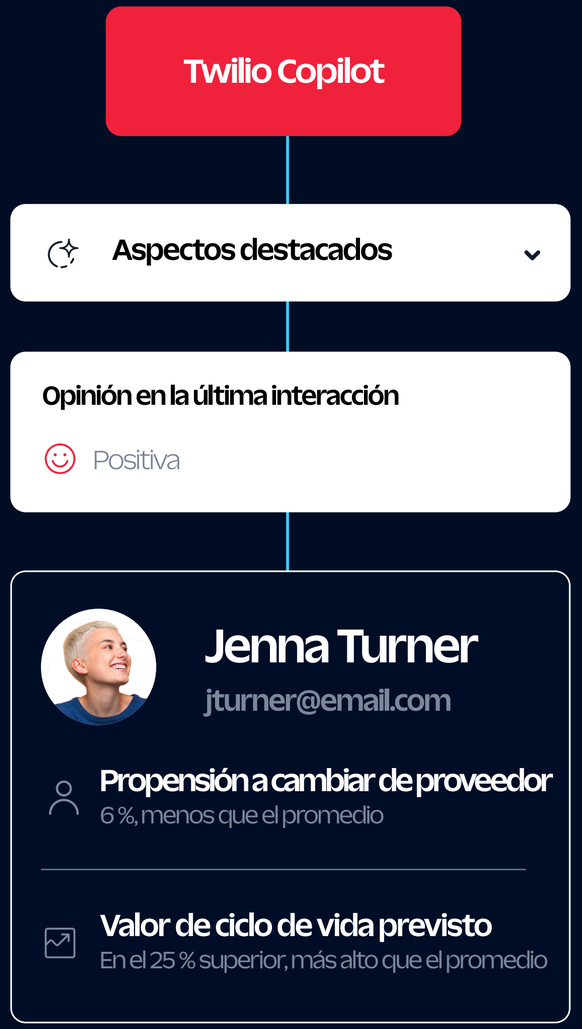
casos de uso desbloqueados con las API abiertas de Twilio

CASO DE USO 1

Experiencia del cliente con tecnología de IA mediante Agent Copilot

La API abierta de Twilio se integra a CRM y herramientas impulsadas por IA, como Agent Copilot (una característica de Flex) para mejorar la productividad de los agentes mediante el uso de IA generativa con el fin de optimizar las conclusiones posteriores a la conversación con resúmenes automatizados, análisis de opinión y asignaciones de códigos de disposición.

Beneficio: los agentes completan los seguimientos de las conversaciones más rápido, lo que les permite enfocarse más en ofrecer experiencias del cliente personalizadas e ininterrumpidas.



CASO DE USO 2

Interacción proactiva con el cliente a través de mensajería

Los equipos de experiencia del diente pueden activar mensajes de SMS o WhatsApp automatizados a través de la API de Twilio cuando un diente potencial muestra un comportamiento de altas intenciones de compra, como visitar una página de precios o abandonar un carro de compras.

Beneficio: contactar a los clientes casi en tiempo real aumenta las tasas de respuesta y las oportunidades de conversión.

CASO DE USO 3

Soporte omnicanal para voz, SMS y chat

Twilio Flex, que usa tecnología de API abiertas, permite a las empresas unificar las interacciones con los clientes a través de varios canales (tales como voz, correo electrónico y chat en línea) sin cambiar de plataforma.

Beneficio: los agentes obtienen el contexto completo de las interacciones previas, lo que conduce a experiencias del cliente más personalizadas e ininterrumpidas.

CASO DE USO 4

Resúmenes posteriores a la llamada y análisis de opiniones automáticos

Las API impulsadas por IA de Twilio analizan las grabaciones de llamadas, transcriben las conversaciones y resumen los puntos clave, incluidos el estado de resolución y la opinión.

Beneficio: reduce el esfuerzo manual, permite un seguimiento más rápido y proporciona información sobre las tendencias de satisfacción del cliente.

CASO DE USO 5

Calificación y seguimiento inteligentes de clientes potenciales

Mediante la integración de las API de Twilio a una CDP como Segment, las empresas pueden calificar a los clientes potenciales automáticamente en función de los datos de interacción y activar seguimientos personalizados a través de correo electrónico, SMS o voz.

Beneficio: los equipos de experiencia del cliente priorizan a los clientes potenciales de alto valor, lo que mejora las tasas de conversión y reduce los esfuerzos de alcance manual.

Posibilitar la eficiencia mediante experiencias de autoservicio inteligente

Los agentes virtuales con tecnología de IA están transformando la experiencia del cliente a través del autoservicio inteligente gracias a la automatización de interacciones rutinarias, el manejo de consultas comunes y la entrega de soluciones rápidas y accesibles. Disminuyen la necesidad de soporte de agentes en línea, reducen los costos y mejoran la eficiencia, al mismo tiempo que permiten a los clientes resolver problemas de manera independiente. Esto no solo evita interacciones en vivo costosas, sino que también satisface la creciente demanda de autoservicio, lo que las convierte en una herramienta clave para las empresas que buscan optimizar las operaciones y mejorar la satisfacción del cliente.

A medida que los agentes virtuales con tecnología de IA siguen transformando las experiencias de los clientes en todas las industrias, su impacto en los servicios de salud es particularmente importante. Las complejidades de la facturación médica hacen que sea un área ideal para la automatización inteligente, donde las soluciones impulsadas por IA pueden optimizar la comunicación, reducir las cargas administrativas y mejorar la satisfacción del paciente. Cedar, una plataforma líder en la experiencia financiera de los pacientes, está aprovechando estas innovaciones para simplificar la facturación y mejorar la travesía financiera para los pacientes y los proveedores por igual. Veamos cómo lo está haciendo.

Cedar y Twilio colaboran para mejorar las experiencias de facturación de los pacientes mediante soluciones con tecnología de IA

Entender las facturas de servicios de salud puede ser complejo y abrumador, en especial para pacientes con distintos proveedores o que no poseen seguro. Al mismo tiempo, los proveedores de servicios de salud enfrentan altos costos administrativos debido al volumen de consultas de pacientes sobre obligaciones financieras. Para abordar estos desafíos, Cedar, una plataforma líder en la experiencia financiera de los pacientes, se asoció con Twilio para optimizar las comunicaciones con ellos mediante la automatización impulsada por IA y el apoyo empático. A través de la integración de las API de voz, SMS y el servicio ConversationRelay con tecnología de IA de Twilio, Cedar mejora la accesibilidad y las interacciones financieras, y reduce los gastos operativos para los proveedores.

La tecnología de Twilio ofrece varios beneficios clave para la plataforma de Cedar. Gracias a la comunicación optimizada, las capacidades de SMS de Twilio **permiten el envío de notificaciones oportunas de facturas y recordatorios de citas, lo que mejora el compromiso del paciente.** La experiencia sencilla de pago se mejora con la API de voz de Twilio y el conector de pago de Stripe, que permiten **pagos por respuesta de voz interactiva (IVR) seguros y brindan soporte para cuentas de gastos flexibles (FSA) y cuentas de ahorro para la salud (HSA) con el propósito de ayudar a los pacientes a maximizar los recursos disponibles**. Además, los agentes de voz con tecnología de IA proporcionan soporte inteligente y personalizado, ya que reducen los tiempos de espera y ofrecen respuestas instantáneas, además de garantizar que los agentes humanos intervengan cuando sea necesario para una experiencia más significativa del paciente.

> “En Cedar, todo nuestro trabajo se centra en la experiencia del paciente. La colaboración con Twilio nos permite combinar la tecnología con IA y el diseño de servicio empático para transformar así la forma en que los proveedores interactúan con los pacientes en cuanto a las facturas.”
>
> **Dugan Winkie**
> Jefe de estrategia comercial, Cedar

Con la tecnología impulsada por IA de Twilio, Cedar está revolucionando la facturación de los servicios de salud mediante **la reducción de los costos del proveedor y la creación de una experiencia financiera más sencilla y centrada en el paciente**. Esta integración garantiza que los pacientes reciban apoyo empático, personalizado y claro, lo que fomenta una mayor confianza y satisfacción respecto del proceso de facturación.

Lee el estudio de caso >

Transformar la comunicación unidireccional en conversaciones bidireccionales

Los métodos de contacto tradicionales, como los correos electrónicos, los anuncios y los buzones de voz, crean interacciones unidireccionales, lo que limita la interacción casi en tiempo real. Esto ralentiza la resolución de problemas para los equipos de experiencia del cliente y evita que respondan instantáneamente a las necesidades del cliente.

Mediante la integración de una CDP a plataformas de mensajería, las empresas pueden posibilitar conversaciones bidireccionales a través de SMS, WhatsApp, chatbots o asistentes impulsados por IA, como Agent Copilot de Twilio. Esto permite que los equipos de experiencia del cliente ayuden proactivamente a los clientes y logren las ventas en el momento en que un cliente muestra interés.

Agent Copilot, parte de Twilio Flex, mejora las interacciones con los clientes a través de canales de voz y mensajería gracias a lo siguiente:

- **Automatización de conclusiones**: resumir las interacciones con análisis de opinión y temas clave
- **Recomendación de próximos pasos**: brindar información sobre el esfuerzo, la lealtad y la opinión del cliente
- **Optimización del enrutamiento de llamadas**: asegurarse de que el agente correcto se ocupe de cada caso
- **Reducción de los tiempos de resolución**: automatizar los resúmenes posteriores a la llamada
- **Personalización de interacciones**: usar el comportamiento pasado para adaptar las respuestas

Sin una CDP, estos canales de mensajería funcionan en silos, lo que dificulta la personalización de las interacciones. Sin embargo, con Unified Profiles de Twilio, impulsado por Segment, todos los datos de clientes (compras pasadas, comportamiento de navegación, historial de soporte e interacción de marketing) se consolidan en un solo perfil casi en tiempo real.

Ahora, cuando un cliente se comunica, los equipos de experiencia del cliente tienen el contexto completo al alcance de la mano, lo que les permite resolver problemas más rápido y descubrir oportunidades de ventas cruzadas y ventas adicionales. Los equipos pueden aprovechar la información impulsada por IA para interactuar en el momento adecuado y abordar de forma proactiva las necesidades antes de que surjan. Unified Profiles transforma las interacciones fragmentadas en experiencias del cliente ininterrumpidas y bidireccionales.

Este tipo de interacción fomenta una conexión más fuerte con los clientes, lo que aumenta la lealtad y la satisfacción. Por ejemplo, Toyota Connected aprovechó Twilio Flex para transformar su experiencia del cliente y permitir una comunicación bidireccional casi en tiempo real entre los conductores y los agentes. Veámoslo en más detalle.

Cómo Toyota Connected utiliza la comunicación bidireccional para mejorar la experiencia cliente-agente a escala global

Toyota Connected North America (TCNA) necesitaba una solución de call center dinámica y escalable que no solo pudiera responder a las necesidades de los clientes casi en tiempo real, sino que también impulsara la innovación a escala global. Con Twilio Flex, TCNA transformó su experiencia del cliente gracias a una comunicación ininterrumpida entre los conductores y los agentes de experiencia del cliente, lo que mejoró la capacidad de respuesta, la eficiencia y la calidad general del servicio.

TCNA impulsa Drivelink, su plataforma telemática que presta servicio a más de 6 millones de conductores de Toyota y Lexus con funciones esenciales de seguridad y comodidad, como asistencia en carretera, seguimiento de vehículos robados y notificaciones automatizadas de accidentes. Para mejorar las interacciones con los clientes y escalar de manera eficiente, TCNA pasó de un centro de contacto de terceros a Twilio Flex, lo que le permitió desbloquear el soporte personalizado casi en tiempo real.

La arquitectura flexible de Twilio Flex empoderó a TCNA para optimizar los flujos de trabajo de los agentes y reducir la fricción en las interacciones con los clientes. Gracias a funciones como reconexiones instantáneas de llamadas, enrutamiento automatizado de seguridad pública e integración perfecta de Salesforce CRM, los agentes pudieron resolver problemas más rápido y con mayor precisión. Como resultado, **el trabajo posterior a la llamada disminuyó en un 13 %,** y el **tiempo de gestión mensual se redujo en un 18 %.**

Drivelink impulsado por Toyota Connected y Twilio Flex

> "El cambio a Twilio Flex no presentó inconvenientes y nuestras notificaciones automatizadas de accidentes funcionaron de inmediato."
>
> **Steve Basra**
> Director ejecutivo y presidente, Toyota Connected

Mediante la asociación con los servicios profesionales de Twilio, TCNA optimizó sus operaciones de soporte telemático, lo que les proporcionó a los agentes las herramientas para ofrecer un servicio más rápido y personalizado. Esta capacidad de comunicación bidireccional no solo fortaleció la confianza del cliente, sino que también aseguró que TCNA permanezca a la vanguardia de la innovación en la movilidad conectada.

Lee el estudio de caso >

Maximizar el ROI omnicanal mediante soluciones con tecnología de IA

Todos pasamos por eso: contactamos a los equipos de experiencia del cliente, repetimos el problema y volvemos a explicar las conversaciones anteriores porque los sistemas no están conectados. Uno pensaría que esto no debería suceder en 2025, pero aún sucede.

Los equipos de experiencia del cliente buscan proporcionar experiencias omnicanal sencillas, pero las herramientas desconectadas a menudo se interponen. En lugar de un costoso enfoque de quitar y reemplazar, aumentar tu pila tecnológica existente con API abiertas y soluciones con tecnología de IA ofrece un camino más inteligente y escalable para mejorar las experiencias de los clientes y el crecimiento de la empresa.

Con un enfoque que priorice las API abiertas, tus sistemas pueden integrarse casi en tiempo real en portales de soporte, redes sociales, SMS y correo electrónico, lo que garantiza que cada interacción mantenga el contexto.

Las soluciones con tecnología de IA, como el enrutamiento predictivo, los chatbots inteligentes y el análisis casi en tiempo real, mejoran aún más la interacción mediante la automatización de respuestas, la revelación de información de los clientes y la optimización de interacciones en todos los canales. A diferencia de los sistemas cerrados con limitaciones rígidas, las API abiertas te permiten mejorar las herramientas existentes, escalar de manera dinámica y evitar cargos innecesarios por licencias o límites de llamadas.

¿Los beneficios? Experiencias fluidas en todos los puntos de contacto con los clientes, información más completa a partir datos y asignación más eficaz del trayecto del cliente. La implementación puede ser gradual: comenzar por canales clave, unificar los datos, garantizar mensajes coherentes y aprovechar el análisis entre canales para refinar las estrategias de interacción.

Los impactos en el ROI hablan por sí solos

Las empresas que aprovechan las soluciones omnicanal impulsadas por IA ven lo siguiente:

- **Más ventas** a través de una interacción personalizada casi en tiempo real a través de varios canales
- **Mejor retención de clientes** mediante soporte proactivo con tecnología de IA e información predictiva
- **Ahorros significativos de costos** gracias a la automatización de flujos de trabajo, la reducción del esfuerzo manual y la optimización de la eficiencia de los agentes

Mediante el cumplimiento de las prácticas recomendadas (la implementación gradual, la capacitación continua del personal, la supervisión del rendimiento y los circuitos de retroalimentación del cliente) las empresas pueden transformar los canales desconectados en un sistema unificado impulsado por IA que ofrezca una interacción ininterrumpida y basada en datos en cada punto de contacto.

Una empresa que implementó este enfoque con éxito es Universidad Uk, una universidad digital que presta servicios a estudiantes de América Latina y los EE. UU. Frente al desafío de ofrecer experiencias de estudiantes personalizadas de alta calidad a escala, la universidad recurrió a Twilio Flex y la automatización con tecnología de IA para transformar su estrategia de interacción. Gracias a la integración de comunicaciones omnicanal, análisis en tiempo real y automatización inteligente, Universidad Uk no solo mejoró el soporte para estudiantes, sino que también logró una eficiencia operativa y un ahorro de costos importantes. Lo hizo de la siguiente manera.

Cómo Universidad Uk optimiza las experiencias omnicanal de los estudiantes y los empleados con la IA

Universidad Uk aprovechó Twilio Flex para lograr un alto ROI mediante la transformación de la interacción de los estudiantes a través de comunicaciones omnicanal. Con la integración de los datos de estudiantes casi en tiempo real a la plataforma del centro de contacto escalable de Twilio Flex, la universidad personalizó las interacciones y proporcionó soporte de experiencia del cliente permanente a través de WhatsApp, SMS y voz. Unified Profiles y Agent Copilot de Twilio optimizaron las operaciones, **lo que redujo el tiempo de manejo de los agentes en un 30 %** y **mejoró las tasas de conversión en un 25 %**. La flexibilidad de las API de Twilio permitió a Universidad Uk personalizar su centro de contacto; esto mediante la integración sin problemas a sistemas CRM y aplicaciones de terceros para optimizar las interacciones con los estudiantes.

La universidad también mejoró la generación de clientes potenciales y la eficiencia operativa con chatbots y automatización impulsados por Twilio. Los chatbots se encargaron de la preclasificación de los estudiantes potenciales, **lo que mejoró las tasas de conversión 2,5 veces y redujo el tiempo de inscripción en un 60 %.**
La implementación de un chatbot supervisor garantizó una gestión de clientes potenciales precisa y redujo significativamente las tareas manuales de validación de datos. Además, Universidad Uk consolidó todos los datos conversacionales en un solo portal, **lo que redujo en un 45 % las horas de trabajo relacionadas con la auditoría.**

Uk Universidad

> Twilio Flex nos ofrece la flexibilidad para crear soluciones adaptadas a nuestros procesos y la capacidad de personalizarlas a medida que estos evolucionan. La veracidad de Twilio Flex nos dio la confianza de que todas las comunicaciones que enviamos serían entregadas.

Iván Cantú
Director de operaciones, Universidad Uk

Gracias a que aprovechó las capacidades de IA y omnicanal avanzadas de Twilio, Universidad Uk mejoró la experiencia de los estudiantes y la eficiencia operativa, lo que impulsó un impacto comercial cuantificable.

Lee el estudio de caso >

Aprovechar los datos para experiencias del cliente con tecnología de IA

"Datos de los clientes" se refiere a todas las interacciones, los comportamientos y los atributos recopilados de diversos puntos de contacto, como sitios web, aplicaciones móviles, correos electrónicos, SMS, redes sociales, visitas a la tienda e interacciones con la experiencia del cliente. Estos datos incluyen lo siguiente:

- Datos de comportamiento (visitas al sitio web, uso de aplicaciones, correos electrónicos abiertos, historial de compras)
- Datos demográficos (nombre, edad, ubicación, preferencias)
- Datos de transacciones (compras, devoluciones, suscripciones)
- Datos de interacciones (tickets de soporte, interacciones de chat, respuestas a encuestas)

Importancia de la calidad de los datos cuando se utilizan herramientas con tecnología de IA

Los datos del cliente se convierten en inteligencia accionable cuando se procesan a través de la IA, lo que permite a los equipos de experiencia del cliente ofrecer experiencias personalizadas a escala. Sin embargo, una CDP es esencial para maximizar las soluciones de IA relacionadas con las experiencias de los clientes por tres motivos clave:

1. **Vista unificada de clientes**: las CDP agregan datos de todos los puntos de contacto (sitio web, aplicación, voz, correo electrónico, chat) para crear perfiles completos de los clientes. Sin esta vista unificada, las herramientas de IA reciben datos fragmentados, lo que da como resultado una personalización y predicciones menos precisas.

2. **Accesibilidad a datos casi en tiempo real**: las CDP ponen los datos de los clientes a disposición de los sistemas de IA, lo que permite una personalización casi en tiempo real durante las llamadas, respuestas de IVR adaptables y sugerencias oportunas a los agentes. Esta inmediatez es fundamental para la toma de decisiones en el momento.

3. **Gobierno y calidad de los datos**: las CDP estandarizan los formatos de los datos, eliminan los duplicados y garantizan el cumplimiento, lo cual resulta fundamental para los sistemas de IA que dependen de datos limpios y coherentes para funcionar correctamente.

Cuando se basan en una CDP sólida, las soluciones de IA pueden ofrecer experiencias verdaderamente personalizadas, predicciones precisas e información significativa que impulsan resultados comerciales cuantificables.

Para los equipos de soporte de experiencia del cliente:

- El análisis de voz detecta frustración, lo que permite a los agentes adaptarse casi en tiempo real.
- Los sistemas de IVR utilizan interacciones pasadas para enrutar de manera eficiente y ofrecer un autoservicio relevante.
- Las instancias de Agent Copilot sacan a la luz el historial relevante de casos y sugieren soluciones durante las llamadas.
- El análisis omnicanal revela tendencias de soporte en todos los canales, lo que mejora la asignación de recursos.
- Los modelos predictivos identifican a los clientes en riesgo antes de que cambien de proveedor.

Para los equipos de ventas de experiencia del cliente:

- La inteligencia de voz detecta señales de compra en las conversaciones.
- Los perfiles de cliente combinan el comportamiento web con el historial de interacciones de voz para ofertas específicas.
- El análisis de transacciones revela el momento y los productos óptimos para realizar ventas adicionales.
- Los patrones de interacción muestran qué clientes están preparados para la expansión.
- La IA identifica oportunidades de ventas cruzadas basadas en trayectos similares del cliente.

La combinación de datos de clientes enriquecidos y el análisis con tecnología de IA transforma el soporte reactivo en una construcción proactiva de la relación, a la vez que permite a los equipos de experiencia del cliente enfocarse en las oportunidades correctas en el momento perfecto.

Asistencia a agentes: utilizar la IA para elevar la eficiencia y desbloquear el potencial

Las herramientas con tecnología de IA empoderan a los agentes, ya que les proporcionan orientación casi en tiempo real, automatizan tareas rutinarias y sacan a la luz información relevante sobre los clientes, y de este modo, aumentan la eficiencia y el rendimiento. Al reducir la carga cognitiva, la IA permite a los agentes centrarse en interacciones significativas, responder más rápido y ofrecer asistencia más personalizada. Esto no solo mejora la productividad, sino que también desbloquea todo su potencial, lo que les permite desarrollar experiencia, abordar problemas complejos e impulsar resultados excepcionales para los clientes.

Desbloquear nuevos casos de uso con una CDP

Si tu empresa está invirtiendo en nuevas herramientas, necesitas tener la seguridad de que escalarán a la par de tus necesidades cambiantes. Una CDP con datos propios proporciona una visión integral y casi en tiempo real de las interacciones con los clientes, lo que permite descubrir oportunidades valiosas a través de la experiencia del cliente y mucho más.

Este es un ejemplo perfecto:

Sarah lidera el equipo de experiencia del cliente en una empresa de comercio electrónico de rápido crecimiento. Últimamente, su equipo ha estado sobrepasado de tickets de soporte y los clientes están frustrados por los largos tiempos de espera. Tienen un CRM, por lo que los agentes pueden ver los detalles básicos de los clientes, como nombres, compras pasadas e historial de soporte, pero no es suficiente. Aún manejan cada caso con un enfoque reactivo, no cuentan con ninguna forma real de priorizar o personalizar las interacciones.

Entra en escena la CDP. La empresa de Sarah integra Twilio Segment, que permite obtener datos de comportamiento casi en tiempo real a partir de la interacción en el sitio web, la aplicación y los correos electrónicos. De repente, su equipo tiene una visión completa del trayecto de cada cliente: no solo sus compras anteriores, sino también dónde ha estado navegando, si abandonó un carro de compras o si recientemente interactuó con una campaña de marketing.

Ahora, cuando un cliente de alto valor envía un ticket sobre un pedido retrasado, el sistema lo marca como una prioridad y, así, se garantiza un servicio más rápido y eficiente. Si otro cliente se comunica por un problema con un producto, el agente ve que ha estado mirando videos de solución de problemas, pero aún necesita ayuda, lo que permite una respuesta más eficiente y dirigida.

¿Aún mejor? Gracias a la información obtenida mediante IA, la CDP sugiere que los clientes que se comunican con frecuencia con los departamentos de experiencia del cliente por problemas de dimensionamiento también tienden a devolver artículos. Por lo tanto, el equipo de Sarah envía de manera proactiva una guía de ajuste a los clientes que navegaron por esos productos, lo que reduce las futuras solicitudes de soporte.

Mediante el desbloqueo de estos nuevos casos de uso, la CDP transforma la experiencia del cliente de un centro de costos reactivos en un equipo proactivo que impulsa los ingresos, lo que mejora la satisfacción del cliente y facilita el trabajo de los agentes.

Derribar silos de la organización para lograr una mejor interacción

Volvamos a la historia de Sarah. Siempre supo que los silos de datos eran un desafío, pero nunca se dio cuenta de lo mucho que estaban frenando a su equipo; hasta que vio en primera persona lo que una CDP podría hacer.

Antes, su equipo de experiencia del cliente se basaba únicamente en su CRM. Aunque hacía un seguimiento de las interacciones pasadas, carecía de contexto fundamental, como interacciones de marketing recientes, comportamiento de navegación o conocimientos predictivos. Mientras tanto, marketing tenía su propio sistema de seguimiento del rendimiento de campaña y los equipos de experiencia del cliente se basaban en otras herramientas para la gestión de acuerdos y la actividad relacionada con clientes potenciales. Ninguno de estos sistemas se comunicaban entre sí, por lo que los equipos tenían una visión incompleta y fragmentada del cliente.

Todo eso cambió cuando su empresa implementó Unified Profiles de Twilio, impulsado por Segment. Ahora, en lugar de puntos de datos aislados, el equipo de Sarah tiene un perfil del cliente casi en tiempo real de 360 grados, que combina en una sola vista procesable el historial de compras, la actividad en el sitio web, las interacciones de marketing y los conocimientos basados en IA. Con Agent Copilot integrado, los agentes de experiencia del cliente reciben recomendaciones basadas en IA y contexto casi de forma instantánea, lo que hace que cada interacción sea más personalizada y eficaz.

Este cambio mejoró drásticamente la interacción con el cliente. Cuando un cliente frustrado se contacta por un pedido retrasado, el agente no solo ve sus tickets de soporte anteriores, también puede ver que el cliente recientemente hizo clic en un correo electrónico promocional, navegó por nuevos productos y abandonó su carro de compras. En lugar de una resolución de soporte de rutina, el agente convierte la conversación en una oportunidad: ofrece un descuento personalizado para completar su compra, a la vez que proporciona tranquilidad sobre el pedido existente.

Pero el impacto va mucho más allá del centro de contacto. Con una CDP:

- **Los equipos de experiencia del cliente** identifican proactivamente a los clientes en riesgo según las tendencias de soporte y se comunican con ellos antes de que cambien de proveedor.
- **Los equipos de marketing** convierten las campañas unidireccionales en conversaciones dinámicas bidireccionales, utilizando datos de soporte casi en tiempo real para refinar el contacto y entregar mensajes más relevantes.
- **Los equipos de datos** construyen modelos predictivos que ayudan a cada departamento a anticipar las necesidades de los clientes en lugar de reaccionar después del hecho.

Al unir equipos y reemplazar los CRM aislados por una base de datos unificada, la empresa de Sarah no solo resuelve problemas más rápido, sino que transforma cada punto de contacto con el cliente. La satisfacción es mayor, los tickets de soporte son menos y el crecimiento de la facturación es evidente. Con una CDP, no solo mejoraron las experiencias de los clientes, sino que desbloquearon todo el potencial de la interacción con el cliente en toda la empresa.

¿Listo para dar el siguiente paso?

A esta altura, deberías comprender con claridad cómo la IA está revolucionando la experiencia del cliente mediante la integración de herramientas que ofrecen asistencia más rápida y personalizada.

Aumentar tu pila tecnológica existente en lugar de reemplazarla posibilita el ahorro de costos, una implementación más rápida y una interrupción mínima. Mediante la exploración de integraciones basadas en API abiertas y la adopción de una CDP, los equipos pueden mejorar significativamente la interacción con el cliente y optimizar la comunicación.

Comunícate con **el equipo de ventas de Twilio** hoy mismo para descubrir cómo podemos ayudarte a transformar las experiencias de los clientes con Twilio y el poder de la IA.

twilio