

Atención al cliente 2025: Guía Chatbots de IA Generativa



Contenidos

En Adereso creamos tecnología que ayuda a las empresas a tener clientes más satisfechos

- 1 Introducción
- 2 La evolución de la atención al cliente
- 3 Chatbots vs. inteligencia artificial en la atención al cliente
- 4 Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la personalización en la atención al cliente
- 5 Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la eficiencia en la atención al cliente
- 6 Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la experiencia del cliente
- 7 Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la retención de clientes
- 8 Conclusión
- 9 ¿Tu empresa está preparada para incorporar agentes de IA en sus operaciones?

Capítulo

1

Introducción

¿Qué **aprenderás?**

La **atención al cliente** es una parte fundamental de cualquier negocio.

En un mundo cada vez más digital, la tecnología está desempeñando un papel cada vez más importante en la atención al cliente.

En particular, la inteligencia artificial (IA) está emergiendo como una herramienta clave para mejorar la eficiencia, la personalización y la experiencia del cliente en la atención al cliente.

En este ebook, exploraremos cómo la IA está cambiando la forma en que las empresas abordan la atención al cliente, desde la evolución de la atención al cliente hasta los chatbots y la IA, pasando por la personalización y la eficiencia en la atención al cliente.

También examinaremos cómo la IA puede mejorar la retención de clientes, una parte crucial de cualquier estrategia de atención al cliente.

Capítulo

2

La evolución de la atención al cliente

La atención al cliente antes de la era digital

Antes de la era digital, la atención al cliente se centraba principalmente en la atención en persona o por teléfono. Los clientes solían tener que llamar a una línea telefónica y esperar en la línea para hablar con un representante de servicio al cliente.

Esto a menudo era una experiencia frustrante y llevaba mucho tiempo. Además, si los clientes tenían problemas fuera del horario de atención al cliente, tenían que esperar hasta el día siguiente para obtener ayuda.





El **impacto de la tecnología** en la atención al cliente

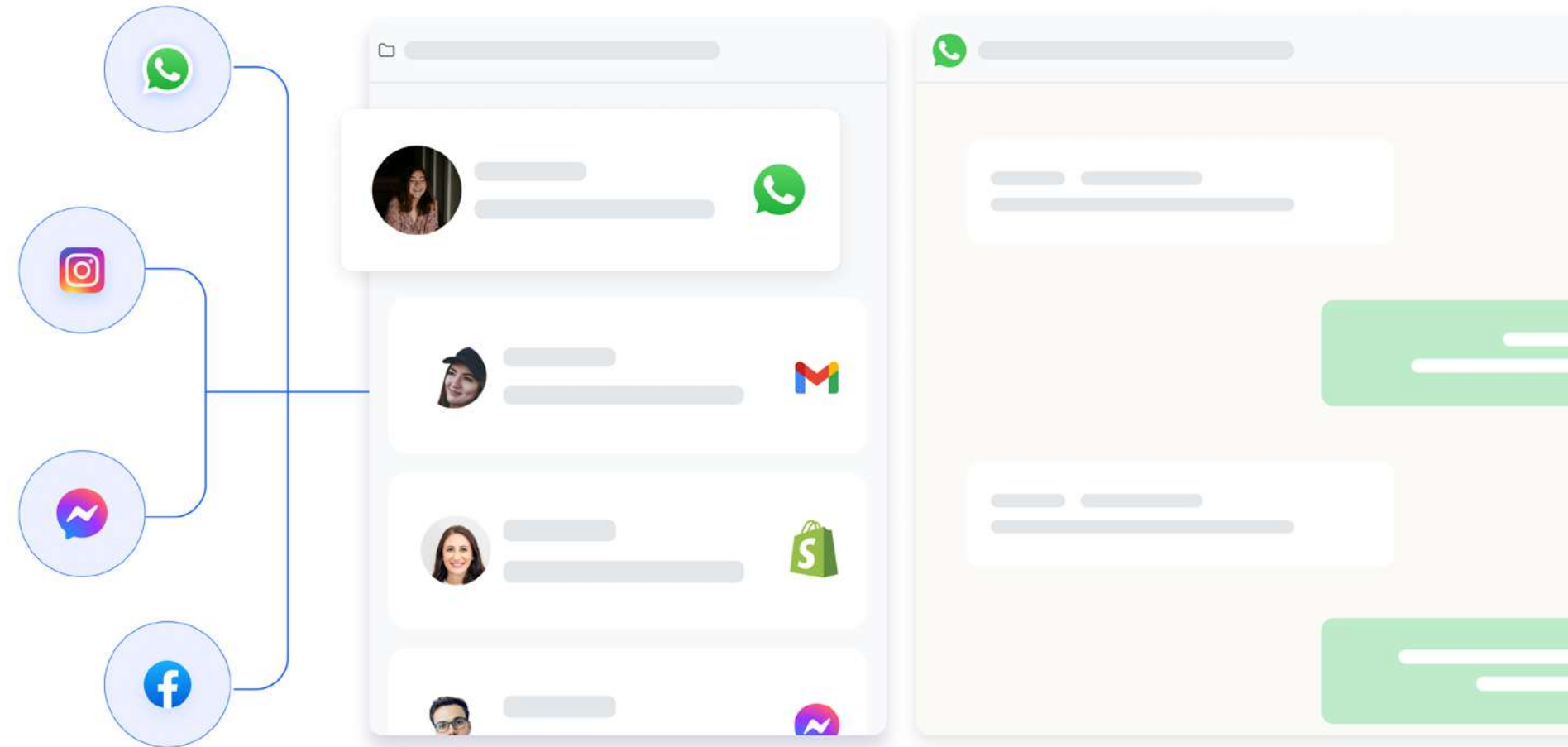
La llegada de la tecnología cambió la forma en que las empresas abordan la atención al cliente. Las empresas comenzaron a utilizar correos electrónicos y chat en vivo para atender a los clientes.

Esto permitió a los clientes recibir ayuda más rápidamente y en cualquier momento del día. La tecnología también permitió a las empresas recopilar información sobre los clientes y sus problemas para mejorar la calidad de la atención al cliente.

La importancia de la **omnicanalidad** en la atención al cliente en 2025

La omnicanalidad se refiere a la capacidad de las empresas para proporcionar una experiencia coherente a los clientes a través de múltiples canales. Esto significa que los clientes pueden comunicarse con la empresa a través de varios canales, como teléfono, correo electrónico, chat en vivo y redes sociales.

La omnicanalidad es importante porque permite a los clientes elegir el canal que prefieran para recibir ayuda y tener una experiencia más fluida y sin interrupciones.





Cómo la **IA** está **cambiando** la atención al cliente

La IA está emergiendo como una herramienta importante en la atención al cliente. La IA puede ayudar a las empresas a proporcionar una atención al cliente más rápida y eficiente, personalizada y basada en datos.

La IA también puede ayudar a las empresas a predecir las necesidades del cliente y resolver problemas antes de que se conviertan en problemas mayores.

En general, la IA está ayudando a las empresas a mejorar la calidad de la atención al cliente y a **ofrecer una experiencia más satisfactoria a los clientes.**

Capítulo

3

Chatbots vs. inteligencia artificial en la atención al cliente

¿Qué son los **chatbots** y cómo se diferencian de la **IA**?

Los chatbots son programas informáticos diseñados para simular una conversación humana a través de un chat, ya sea de texto o de voz. Los chatbots pueden estar programados para responder preguntas frecuentes, realizar reservas, programar citas, entre otras funciones.

Por otro lado, la inteligencia artificial (IA) es un término más amplio que abarca diversas tecnologías y algoritmos diseñados para imitar la inteligencia humana.



Pros y contras de los chatbots en la atención al cliente

Los chatbots tienen varios beneficios en la atención al cliente, como la capacidad de resolver problemas de manera eficiente, la disponibilidad las 24 horas del día, los 7 días de la semana, y la capacidad de manejar múltiples solicitudes al mismo tiempo.

Sin embargo, también pueden presentar algunos desafíos, como la falta de personalización y la limitada capacidad de comprensión del lenguaje humano.

Los **beneficios** de la inteligencia artificial en la atención al cliente

La inteligencia artificial puede ofrecer beneficios significativos en la atención al cliente:



Capacidad de analizar grandes cantidades de datos para identificar patrones y tendencias



Personalización de la experiencia del cliente

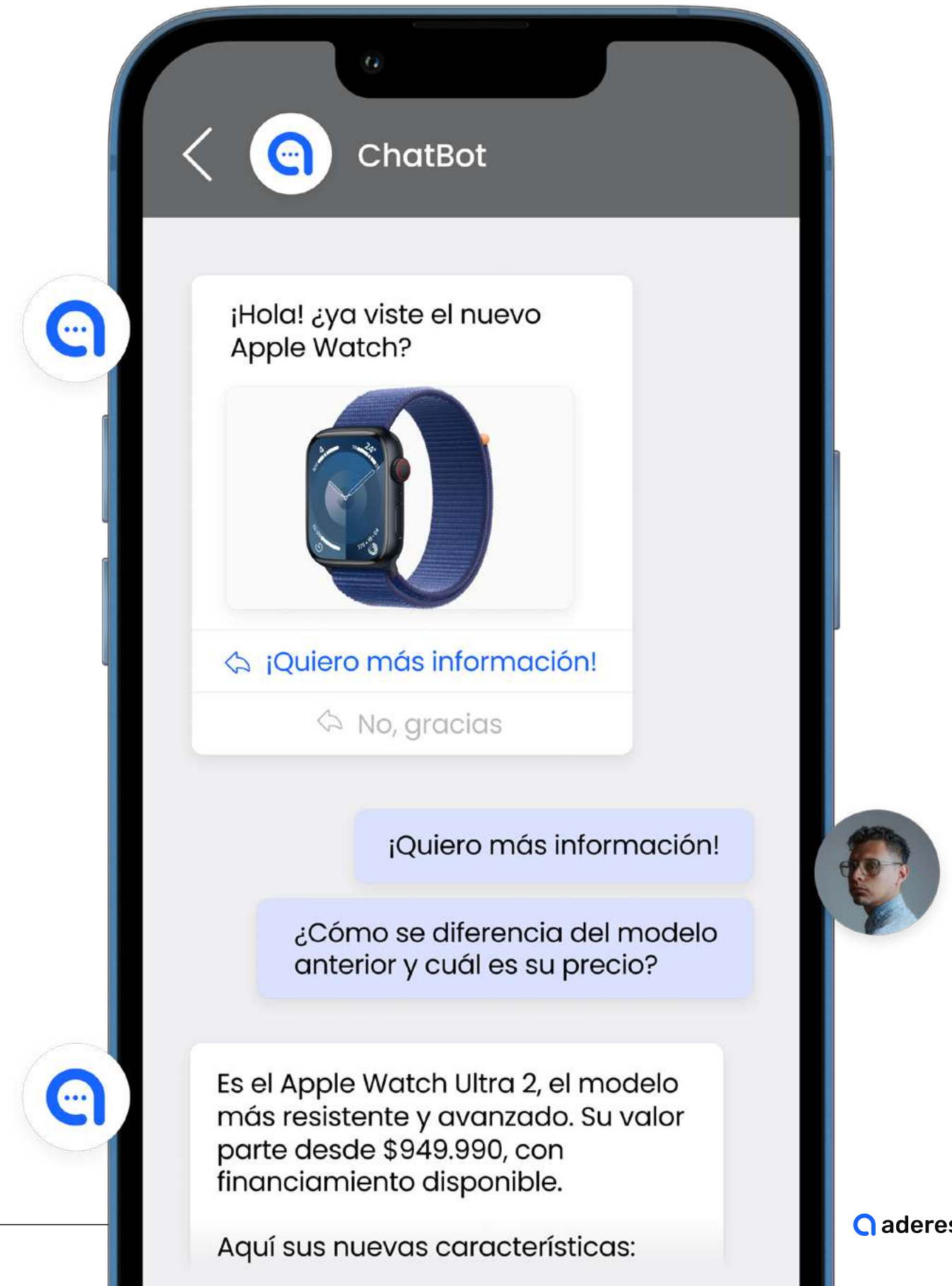


Capacidad de aprender y mejorar con el tiempo.

Cómo la inteligencia artificial puede **mejorar la experiencia del cliente**

La IA puede mejorar la experiencia del cliente de varias maneras, como la personalización de la atención, el ofrecimiento de recomendaciones y sugerencias relevantes, y la anticipación de las necesidades del cliente. Además, la IA puede permitir la automatización de procesos de servicio al cliente, lo que significa una mayor eficiencia y rapidez en la resolución de problemas.

En resumen, los chatbots son una herramienta útil en la atención al cliente, pero la inteligencia artificial ofrece un nivel de personalización y eficiencia aún mayor. La IA puede aprender y mejorar con el tiempo, lo que significa una mejor experiencia para el cliente y una mayor eficiencia en la atención al cliente.



Capítulo

4

Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la personalización en la atención al cliente

Cómo la inteligencia artificial puede **recopilar datos** de los clientes para una mejor atención

La inteligencia artificial puede recopilar y analizar grandes cantidades de datos sobre los clientes, desde su historial de compras hasta sus interacciones previas con la empresa. Esto puede ayudar a la empresa a comprender mejor las necesidades y preferencias del cliente y, por lo tanto, brindar una atención más personalizada.

Además, la inteligencia artificial puede realizar un análisis predictivo para identificar las necesidades futuras del cliente, lo que puede permitir a la empresa anticipar sus necesidades y ofrecer una atención más personalizada y proactiva.

Cómo la inteligencia artificial puede **personalizar** la atención al cliente

La inteligencia artificial puede personalizar la atención al cliente de muchas maneras. Por ejemplo, puede analizar el historial de compras del cliente y ofrecer recomendaciones personalizadas en función de sus preferencias y hábitos de compra.

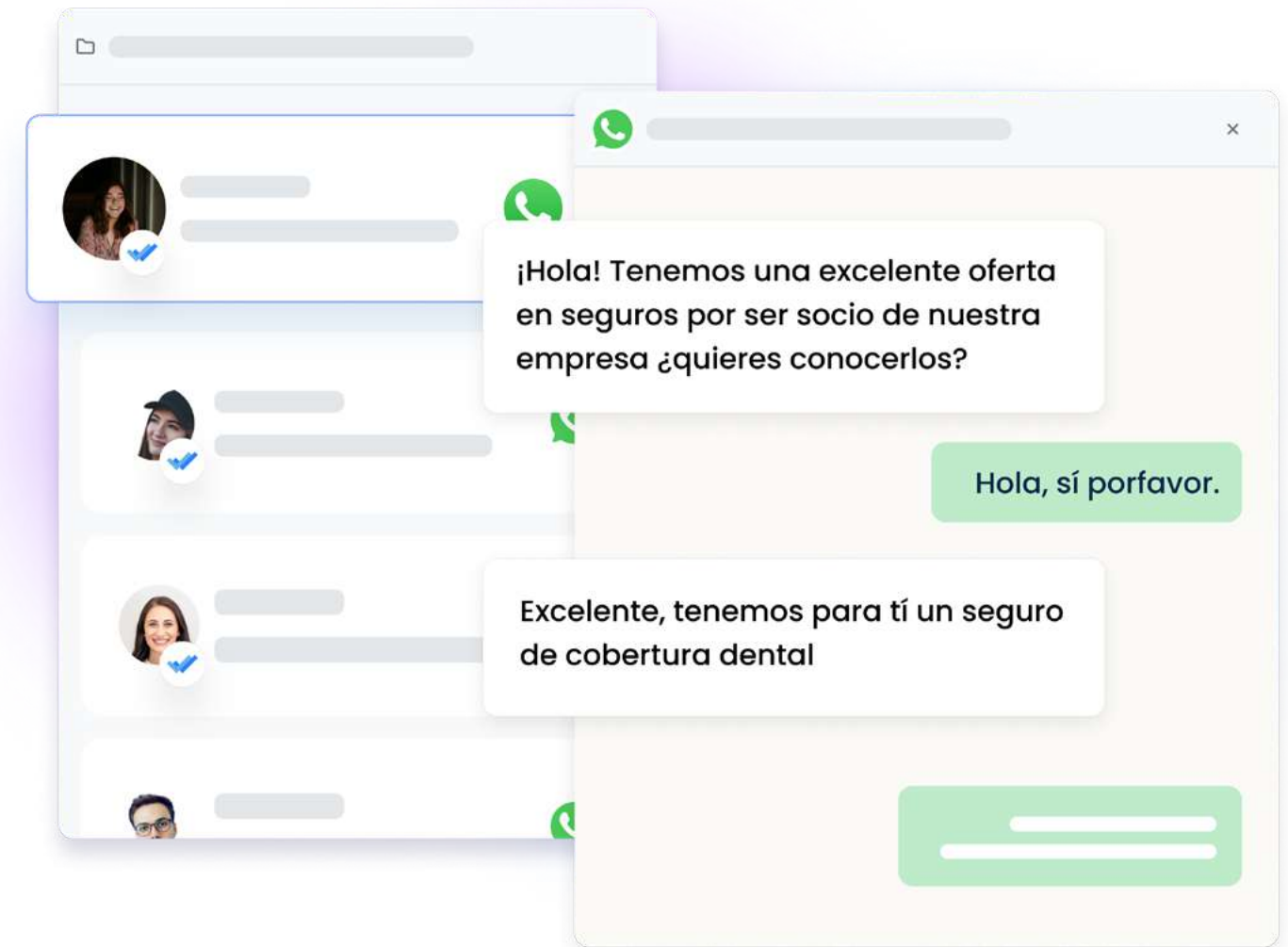
Además, puede ajustar la comunicación con el cliente en función de su historial de interacciones previas con la empresa, como el tono, el estilo y el canal de comunicación preferido. Esto puede hacer que el cliente se sienta más valorado y atendido de manera personalizada.



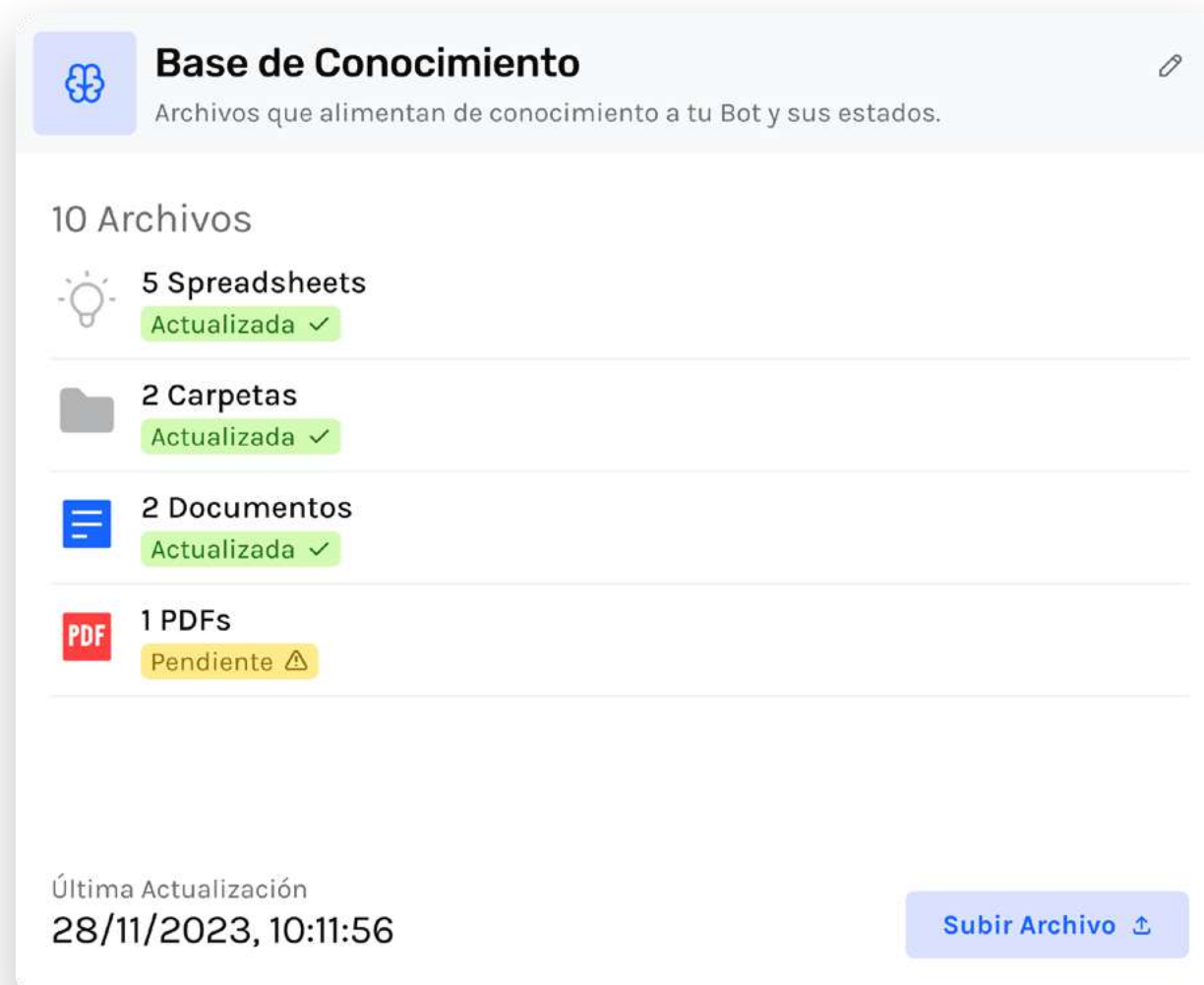
Cómo la inteligencia artificial puede **anticipar las necesidades** del cliente

La inteligencia artificial puede analizar los datos de los clientes y predecir sus necesidades futuras. Esto puede permitir a la empresa anticiparse a las necesidades del cliente y ofrecer una atención más personalizada y proactiva.

Por ejemplo, si un cliente ha comprado un producto específico en el pasado, la empresa puede anticipar que necesitará un producto complementario y ofrecerlo antes de que el cliente tenga que solicitarlo.



Consejos para **implementar la personalización** en la atención al cliente mediante inteligencia artificial



Para implementar con éxito la personalización en la atención al cliente mediante inteligencia artificial, es importante tener en cuenta algunos consejos clave.

En primer lugar, es importante contar con los datos necesarios para que la inteligencia artificial pueda analizarlos y personalizar la atención al cliente. Además, es importante asegurarse de que el cliente esté cómodo compartiendo sus datos personales y que se le dé la opción de controlar y modificar sus preferencias de privacidad.

Por último, es importante utilizar la inteligencia artificial de manera responsable y ética, y garantizar que los algoritmos no perpetúen ningún tipo de sesgo o discriminación.

Capítulo

5

Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la eficiencia en la atención al cliente

La **eficiencia en la atención al cliente** es clave para garantizar la satisfacción del cliente y una experiencia positiva.

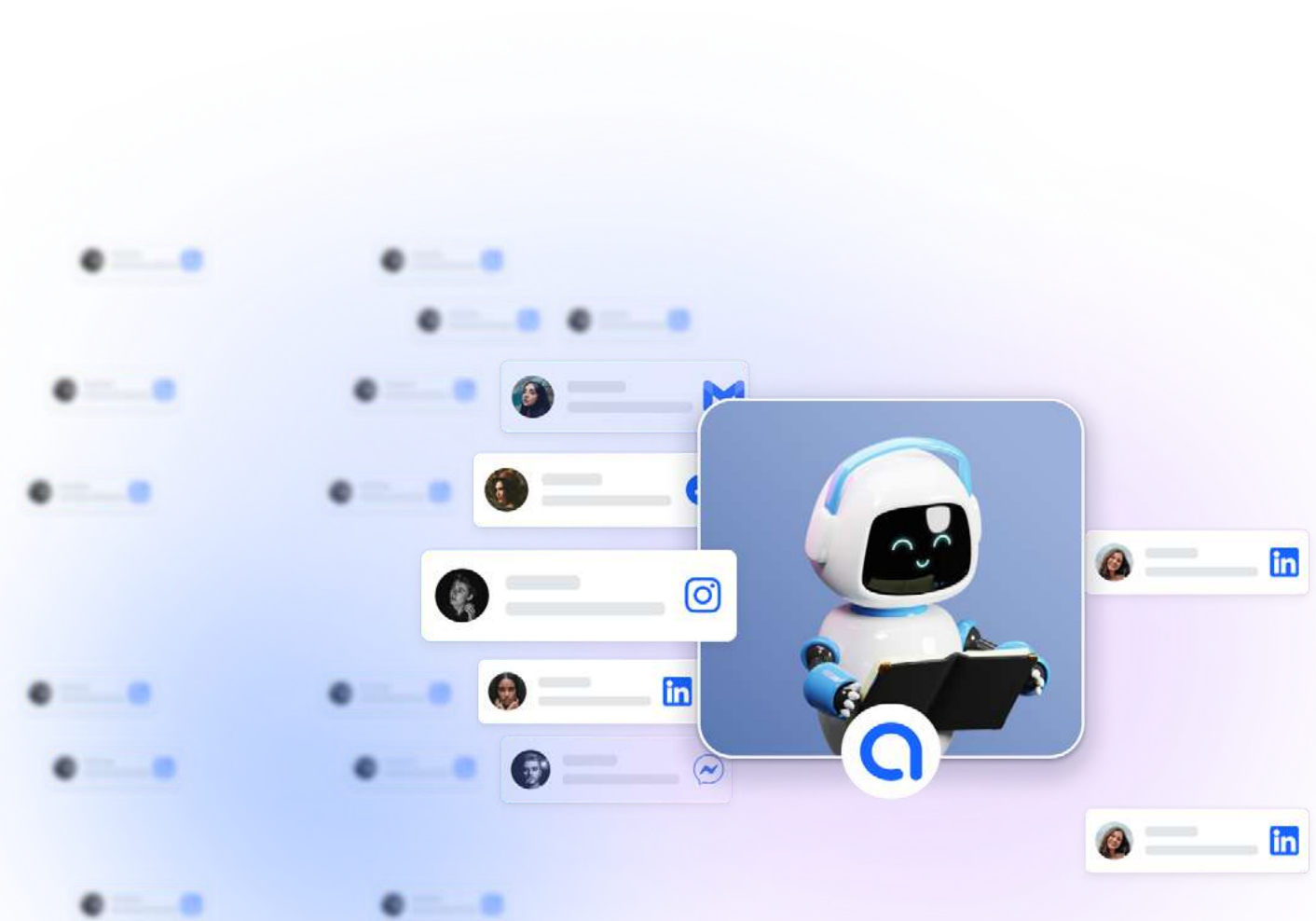
La **inteligencia** artificial puede **mejorar la eficiencia** de muchas maneras:

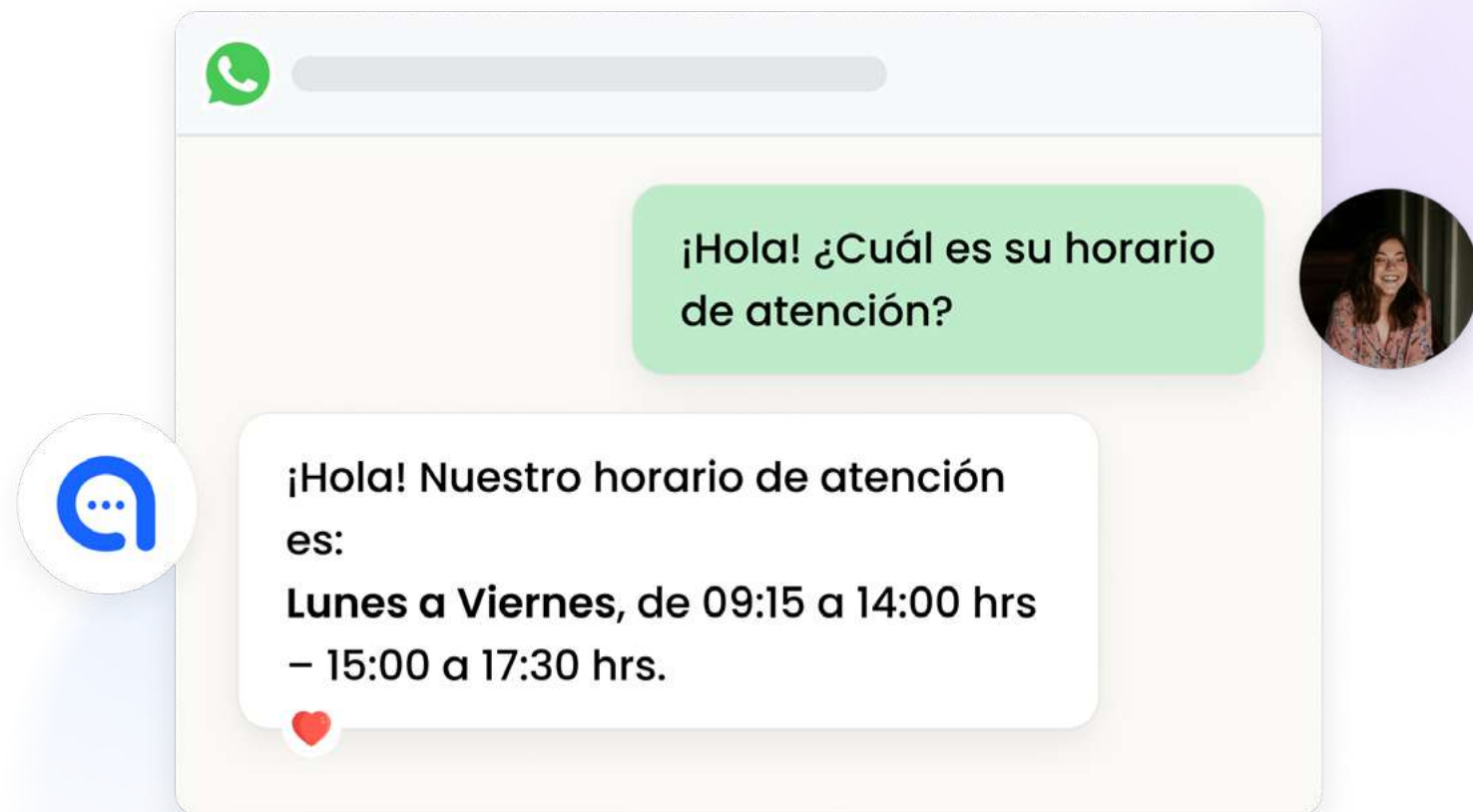


Cómo la inteligencia artificial puede **manejar múltiples solicitudes** de atención al cliente al mismo tiempo

Los chatbots pueden manejar múltiples solicitudes de atención al cliente al mismo tiempo sin interrupciones, lo que significa que pueden manejar un gran volumen de consultas en poco tiempo.

Además, la IA puede integrarse con sistemas de CRM y gestión de casos, lo que permite la asignación y seguimiento automatizado de tareas.





Cómo la inteligencia artificial puede **reducir el tiempo de espera** del cliente

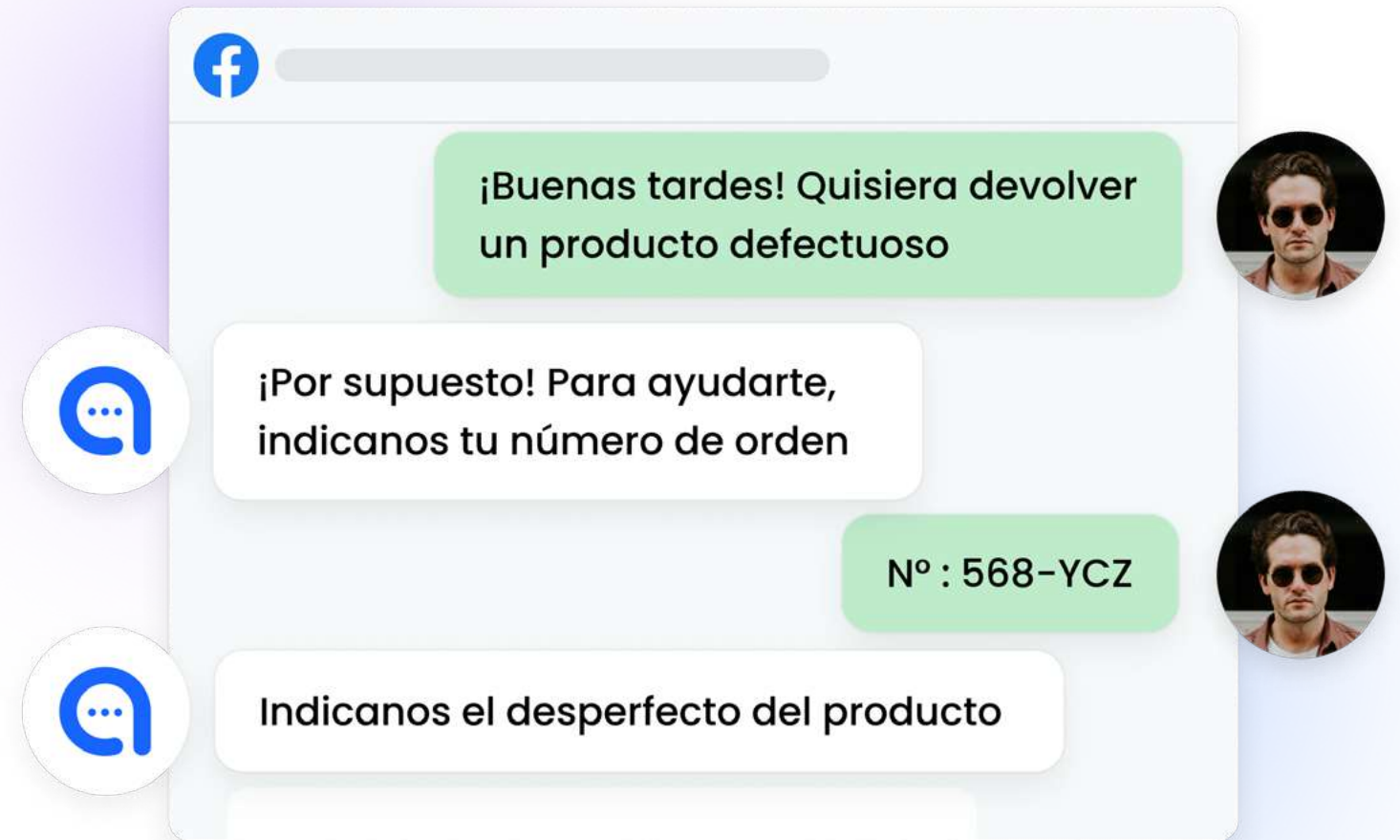
La inteligencia artificial puede reducir el tiempo de espera del cliente mediante la automatización de respuestas a preguntas frecuentes, por ejemplo.

Los chatbots también pueden responder de forma inmediata y proporcionar soluciones a los problemas de los clientes, lo que reduce el tiempo de espera y aumenta la satisfacción del cliente.

Cómo la inteligencia artificial puede **resolver problemas** de manera más rápida y eficiente

La IA puede analizar grandes cantidades de datos en tiempo real y proporcionar soluciones precisas y rápidas a los problemas de los clientes.

También puede automatizar procesos de resolución de problemas, lo que ahorra tiempo y reduce errores.



Consejos para **implementar la eficiencia** en la atención al cliente mediante inteligencia artificial

Para implementar la eficiencia en la atención al cliente mediante inteligencia artificial, se pueden considerar los siguientes consejos:



Identificar los procesos que se pueden automatizar para aumentar la eficiencia



Capacitar al personal en el uso de la tecnología de IA



Monitorear y analizar los datos de IA para mejorar el desempeño y la eficiencia



Integrar la IA con sistemas de CRM y gestión de casos para una gestión más eficiente de la atención al cliente.

La inteligencia artificial puede transformar la forma en que se presta la atención al cliente.

Desde la personalización hasta la eficiencia, la IA puede mejorar cada aspecto de la experiencia del cliente.

Al adoptar la IA en la atención al cliente, las empresas pueden mejorar la satisfacción del cliente, aumentar la retención de clientes y mejorar su rentabilidad a largo plazo.



Capítulo

6

Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la experiencia del cliente

Cómo la inteligencia artificial puede crear una **experiencia personalizada** para el cliente

La inteligencia artificial puede crear una experiencia personalizada para el cliente a través de la recopilación y análisis de datos. Los algoritmos de IA pueden analizar el comportamiento del cliente y sus preferencias para recomendar productos o servicios que sean relevantes para él. Por ejemplo, una plataforma de comercio electrónico puede usar un algoritmo de IA para recomendar productos en función de las compras anteriores del cliente y los productos que han visto.

Además, la IA también puede personalizar la interacción entre el cliente y la empresa. Por ejemplo, un chatbot impulsado por IA puede utilizar la información del cliente para proporcionar una experiencia de conversación personalizada y responder a sus necesidades específicas. La personalización a través de la IA puede mejorar significativamente la satisfacción del cliente y aumentar la lealtad.

Cómo la inteligencia artificial puede **mejorar la satisfacción del cliente**

La IA puede mejorar la satisfacción del cliente de varias maneras:



En primer lugar, puede mejorar la precisión y la velocidad de las respuestas a las preguntas de los clientes.

Los chatbots y los asistentes virtuales impulsados por IA pueden responder a las preguntas de los clientes las 24 horas del día, los 7 días de la semana, lo que mejora la experiencia del cliente al permitirles recibir respuestas rápidas a cualquier hora.



En segundo lugar, la IA puede mejorar la calidad del servicio al cliente al proporcionar respuestas precisas y personalizadas a las preguntas de los clientes.

Al recopilar y analizar datos sobre los clientes, la IA puede entender mejor sus necesidades y proporcionar soluciones precisas y personalizadas.



Finalmente, la IA también puede mejorar la satisfacción del cliente a través de la automatización de procesos repetitivos.

Al liberar a los agentes de servicio al cliente de tareas mundanas y repetitivas, la IA puede permitirles centrarse en tareas más complejas y significativas, lo que aumenta su satisfacción laboral y, por ende, la calidad de atención al cliente.

Cómo la inteligencia artificial puede **predecir** las **necesidades del cliente**

La IA puede utilizar datos y algoritmos para predecir las necesidades futuras de los clientes. Al analizar el comportamiento de los clientes y sus preferencias, la IA puede prever lo que un cliente podría necesitar en el futuro y proporcionar soluciones anticipadas. Por ejemplo, un sistema de recomendación impulsado por IA podría predecir que un cliente que ha comprado una bicicleta podría estar interesado en comprar cascos y otros accesorios relacionados.

La predicción de las necesidades de los clientes a través de la IA puede permitir a las empresas anticipar las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones proactivas antes de que el cliente siquiera se dé cuenta de que necesita algo. Esto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también puede aumentar la retención de clientes y las ventas cruzadas.

Consejos para mejorar la experiencia del cliente mediante inteligencia artificial

Para mejorar la experiencia del cliente mediante la IA, las empresas pueden seguir los siguientes consejos:



Recopilar datos relevantes del cliente

Para proporcionar una experiencia personalizada, es fundamental recopilar datos precisos sobre los clientes, como sus preferencias, historial de compras y comportamiento en línea.



Implementar chatbots y asistentes virtuales

Los chatbots y los asistentes virtuales permiten interactuar con los clientes en tiempo real, responder preguntas frecuentes, ofrecer recomendaciones personalizadas y mejorar la disponibilidad del servicio, optimizando la experiencia del usuario y reduciendo tiempos de espera.

Capítulo

7

Cómo la inteligencia artificial puede mejorar la retención de clientes

Cómo la inteligencia artificial puede **identificar y solucionar problemas** de los clientes antes de que se conviertan en problemas mayores

Una de las principales ventajas de la inteligencia artificial es que puede detectar y solucionar problemas antes de que los clientes los experimenten.

Por ejemplo, mediante el análisis de los datos de uso y comportamiento del cliente, la inteligencia artificial puede detectar problemas de rendimiento en un producto o servicio y notificar a los técnicos para que los solucionen antes de que el cliente se dé cuenta del problema.

Esto no sólo ayuda a mejorar la satisfacción del cliente, sino que también reduce la carga de trabajo del personal de atención al cliente.

Cómo la inteligencia artificial puede aumentar la **lealtad del cliente**

La inteligencia artificial puede ayudar a las empresas a crear una experiencia más personalizada para cada cliente, lo que puede aumentar la lealtad del cliente.

Por ejemplo, la inteligencia artificial puede analizar los datos del historial de compras y preferencias del cliente para recomendar productos o servicios que se ajusten a sus intereses y necesidades. También puede enviar mensajes personalizados a los clientes en función de su historial de compras y actividad en el sitio web de la empresa.



Cómo la inteligencia artificial puede ayudar a la **retención de clientes**

Además de personalizar la experiencia del cliente, la inteligencia artificial también puede ayudar a retener a los clientes mediante la resolución de problemas y la atención al cliente.

Por ejemplo, la inteligencia artificial puede proporcionar respuestas rápidas y precisas a las preguntas de los clientes, lo que aumenta la satisfacción del cliente y reduce la probabilidad de que busquen alternativas.

También puede **detectar problemas** antes de que los clientes los experimenten y notificar a los técnicos para que los solucionen.

Consejos para **mejorar la retención de clientes** mediante inteligencia artificial



Analizar los datos del historial de compras y preferencias del cliente para proporcionar recomendaciones personalizadas.



Enviar mensajes personalizados a los clientes en función de su actividad en el sitio web de la empresa.



Proporcionar respuestas rápidas y precisas a las preguntas de los clientes.



Detectar y solucionar problemas antes de que los clientes los experimenten.

Capítulo

8

Conclusión

La inteligencia artificial está cambiando la forma en que las empresas interactúan con sus clientes. Desde la personalización y la eficiencia hasta la retención de clientes, la inteligencia artificial ofrece una amplia variedad de beneficios que pueden mejorar significativamente la experiencia del cliente y aumentar la lealtad de los clientes.

Si bien la inteligencia artificial no puede reemplazar completamente la interacción humana, puede ser una herramienta valiosa para las empresas que buscan mejorar su atención al cliente y diferenciarse de la competencia.

Al implementar la inteligencia artificial en su estrategia de atención al cliente, las empresas pueden **mejorar la eficiencia, personalización, satisfacción y retención de los clientes.**



Capítulo

9

¿Tu empresa está preparada para incorporar agentes de IA en sus operaciones?

Preparación de tu empresa para la **incorporación de agentes de IA** en sus operaciones

A continuación te presentamos un breve checklist para que puedas identificar el estado de madurez de tu organización para la implementación de IA.

¿Hemos establecido objetivos claros para la implementación de agentes de IA en nuestra empresa?

¿Hemos identificado las áreas de nuestra empresa que podrían beneficiarse de la implementación de agentes de IA para aumentar su competitividad?

¿Hemos identificado procesos específicos que serían susceptibles de automatizarse mediante IA?

¿Sabemos con qué información interna y datos debiéramos contar para la implementación de agentes de IA en los procesos de nuestro interés?

¿Contamos con un equipo interno o externo de expertos en IA para guiar y liderar el proceso de implementación?

¿Requerimos orientación de un partner especializado para apoyarnos en el proceso de identificar los pasos a seguir para automatizar nuestros procesos?

¿Hemos capacitado a nuestro equipo interno sobre cómo trabajar con agentes de IA y cómo aprovechar al máximo sus capacidades?

¿Tenemos la disposición para capacitar a nuestro equipo interno sobre el trabajo con agentes de IA?

¿Identificamos la necesidad de contar con orientación para acompañar a nuestra empresa en su proceso de implementación de agentes de IA en sus procesos?

Niveles de Madurez para **Incorporar IA Generativa**

Aquí puedes revisar los resultados de tus respuestas.

Nivel Inicial: Exploración y Conocimiento

☑ 0-3 checkboxes marcados

La empresa está en las primeras etapas de exploración de la IA generativa. Todavía no tiene claridad sobre sus objetivos, áreas de implementación o procesos específicos para automatizar.

Características principales:

- Poca o nula identificación de necesidades concretas.
- Falta de recursos internos o externos especializados en IA.
- Necesidad de orientación externa significativa para establecer un plan.

Recomendaciones:

- Realizar workshops de sensibilización y capacitación básica en IA generativa.
- Consultar con un partner especializado para identificar oportunidades.
- Establecer objetivos iniciales claros.

Niveles de Madurez para **Incorporar IA** **Generativa**

Aquí puedes revisar los resultados de tus respuestas.

Nivel Intermedio: Planificación Estratégica

☑ 4-6 checkboxes marcados

La empresa tiene una visión más clara de sus objetivos y procesos que podrían beneficiarse de la IA generativa, pero aún requiere planificación detallada y apoyo para ejecutar su estrategia.

Características principales:

- Identificación parcial de áreas y procesos susceptibles de automatización.
- Conocimiento básico de los recursos y datos necesarios para implementar IA.
- Disposición a capacitar equipos internos y colaborar con partners.

Recomendaciones:

- Crear un roadmap para la implementación de IA en procesos clave.
- Diseñar programas de capacitación específicos para el equipo interno.
- Colaborar con un partner especializado para guiar la ejecución del proyecto.

Niveles de Madurez para **Incorporar IA Generativa**

Aquí puedes revisar los resultados de tus respuestas.

Nivel Avanzado: Implementación y Optimización

☑ 7-9 checkboxes marcados

La empresa está preparada para implementar IA generativa en procesos identificados y optimizarlos de manera continua. Tiene claridad en los objetivos, recursos y datos necesarios, así como un equipo capacitado o acceso a expertos.

Características principales:

- Objetivos bien definidos para la implementación de IA.
- Identificación completa de procesos automatizables y datos necesarios.
- Equipo interno capacitado y/o acceso a recursos expertos en IA.

Recomendaciones:

- Implementar proyectos piloto para evaluar impacto y ajustar estrategias.
- Establecer métricas de éxito y monitorear resultados en tiempo real.
- Buscar mejoras continuas y explorar nuevas aplicaciones de IA generativa en otras áreas de la empresa.



Juntos hacia el CX inteligente.

Adereso es la plataforma de automatización de atención al cliente para el ahorro, la productividad y el CX del futuro.

- Automatiza tu atención al cliente hasta en un **98%** con agentes virtuales.
- Crea chatbots para WhatsApp y envía mensajes a miles de clientes **simultáneamente**.
- Usa el helpdesk preferido por **Walmart** y **Falabella.com** para atender a tus clientes.
- Alcanza un **CSAT de 4.9**, igual que el promedio de nuestros clientes.
- Acelera el time to market con asistentes GPT para ejecutivos **35% más rápidos** y **25% más productivos**.

Conversemos

Ellos confían en **nosotros**.

falabella.com

cencosud

CHILQUINTA
energía

Walmart

SODIMAC

MetLife

Bci

¿Listo para llevar tu atención al cliente al siguiente nivel?

Descubre cómo en
www.adereso.ai

Te invitamos a conocer nuestros casos de éxito en www.adereso.ai



Cencosud

80.000 conversaciones al mes



Chilquinta

98% automatización en WhatsApp



Falabella.com

+8% en tasa de retiro de compras



adereso.ai

Software para el CX Inteligente