

Las 6 Claves para una Atención al Cliente Excepcional en 2025



Contenidos

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

- 1 Un breve repaso sobre qué es la atención al cliente
- 2 La evolución de la atención al cliente en 2025
- 3 6 tendencias en atención al cliente en 2025
- 4 Test: ¿Tu empresa está preparada para incorporar agentes de IA en sus operaciones?



¡Bienvenido a la guía completa sobre Atención al Cliente 2025 de Adereso!

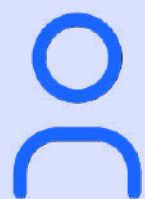
En la actualidad, los clientes emplean en promedio hasta nueve puntos de contacto para conectarse con las empresas y el 60% de estas interacciones se desarrollan en el vasto panorama en línea, según Salesforce. Este cambio drástico evidencia una evolución sin precedentes en la atención al cliente. Ya no se trata solo de resolver problemas; se ha convertido en una experiencia interactiva y multisectorial.

En este artículo, exploraremos cómo esta transformación redefine las **estrategias empresariales** y cuáles son las **nuevas tendencias** que están perfilando el futuro de la atención al cliente en 2025.

Capítulo

1

**Un breve repaso sobre qué es
la atención al cliente**



Creando experiencias a través de la **atención al cliente**

La atención al cliente es un componente clave en cualquier empresa que busca establecer y mantener relaciones sólidas con sus clientes.

Va más allá de simplemente responder consultas o resolver problemas; se trata de crear experiencias positivas que fomenten la lealtad y satisfacción del cliente.

¿Qué implica la atención al cliente?

La atención al cliente tiene como objetivo **entender las necesidades, expectativas y preocupaciones de los clientes**, y luego actuar de manera proactiva y efectiva para abordarlas.

Un experto en atención al cliente no solo posee un profundo conocimiento de los productos o servicios de la empresa, sino también una habilidad innata para la empatía. **La capacidad de ponerse en el lugar del cliente**, comprender sus inquietudes y responder con sensibilidad y soluciones efectivas es fundamental.





En el contexto actual, la integración de nuevas tecnologías, como los asistentes virtuales, ha transformado significativamente este proceso. Con la introducción de asistentes virtuales, la atención al cliente se ha vuelto más eficiente y accesible.

Estos sistemas impulsados por inteligencia artificial permiten a los clientes obtener respuestas rápidas y solucionar problemas de manera autónoma.

Sin embargo, el papel del experto en atención al cliente se redefine. Ahora, no solo deben ser hábiles en la comunicación directa con los clientes, sino también competentes en la gestión de estas herramientas tecnológicas.

La capacidad de **comunicarse de manera clara y persuasiva** sigue siendo esencial en la atención al cliente, **incluso cuando se emplean asistentes virtuales.**

En la era actual, donde la competencia es intensa y las opciones para los consumidores son abundantes, **la atención al cliente se ha convertido en un diferenciador clave**, y los expertos en este ámbito trabajan para convertir cada interacción en una oportunidad para construir relaciones a largo plazo.

Capítulo

2

La evolución de la atención al cliente en 2025

Para 2025, se espera que se profundice la transformación abismal que se viene dando en el último tiempo en la atención al cliente, **marcando cada vez más el cambio en la forma en que las empresas interactúan con sus clientes.**

Este año estará marcado por:



Avances **tecnológicos** destacados



Ajustes sustanciales en las **expectativas de los clientes**



Nuevas **estrategias** centradas en brindar una mejor experiencia para el cliente

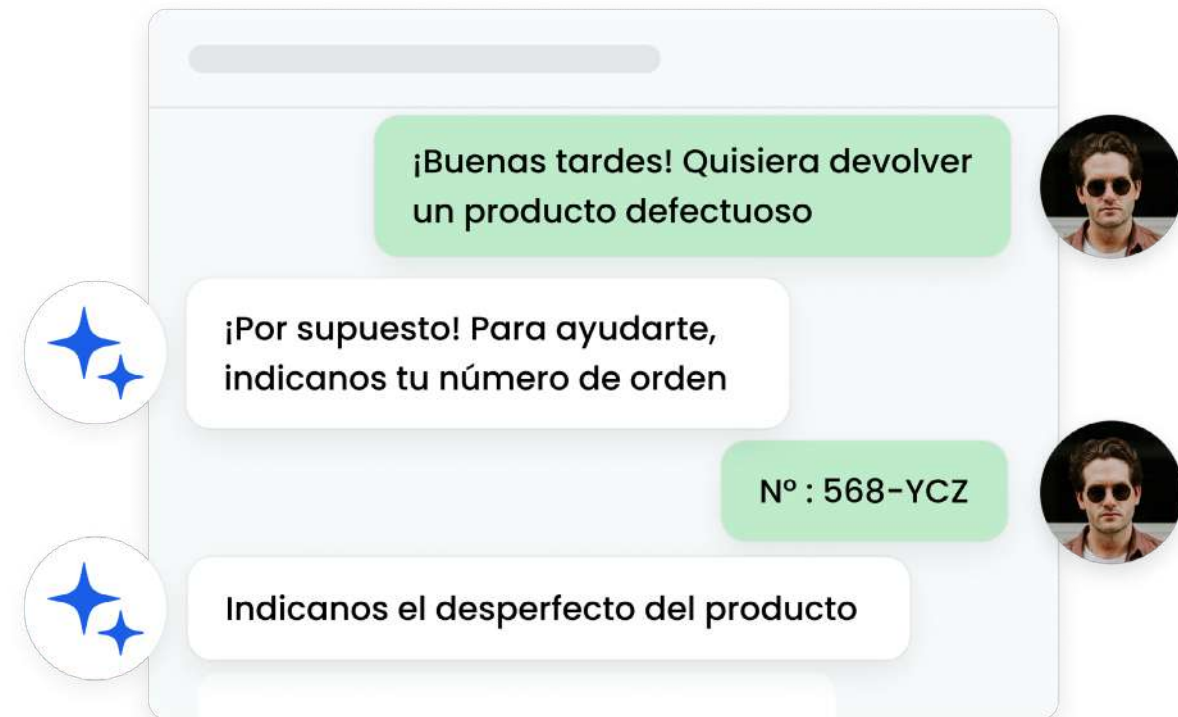
Puntos clave de la evolución de la atención al cliente

Inteligencia Artificial (IA)

La Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en el **eje central de la atención al cliente**, llevando la personalización a niveles antes inexplorados.

Sistemas de IA analizan datos en tiempo real con una precisión sin precedentes, ofreciendo respuestas y soluciones altamente adaptadas a las necesidades específicas de cada cliente.

La capacidad de **anticipar preferencias individuales** marca una nueva era en la conexión personalizada.



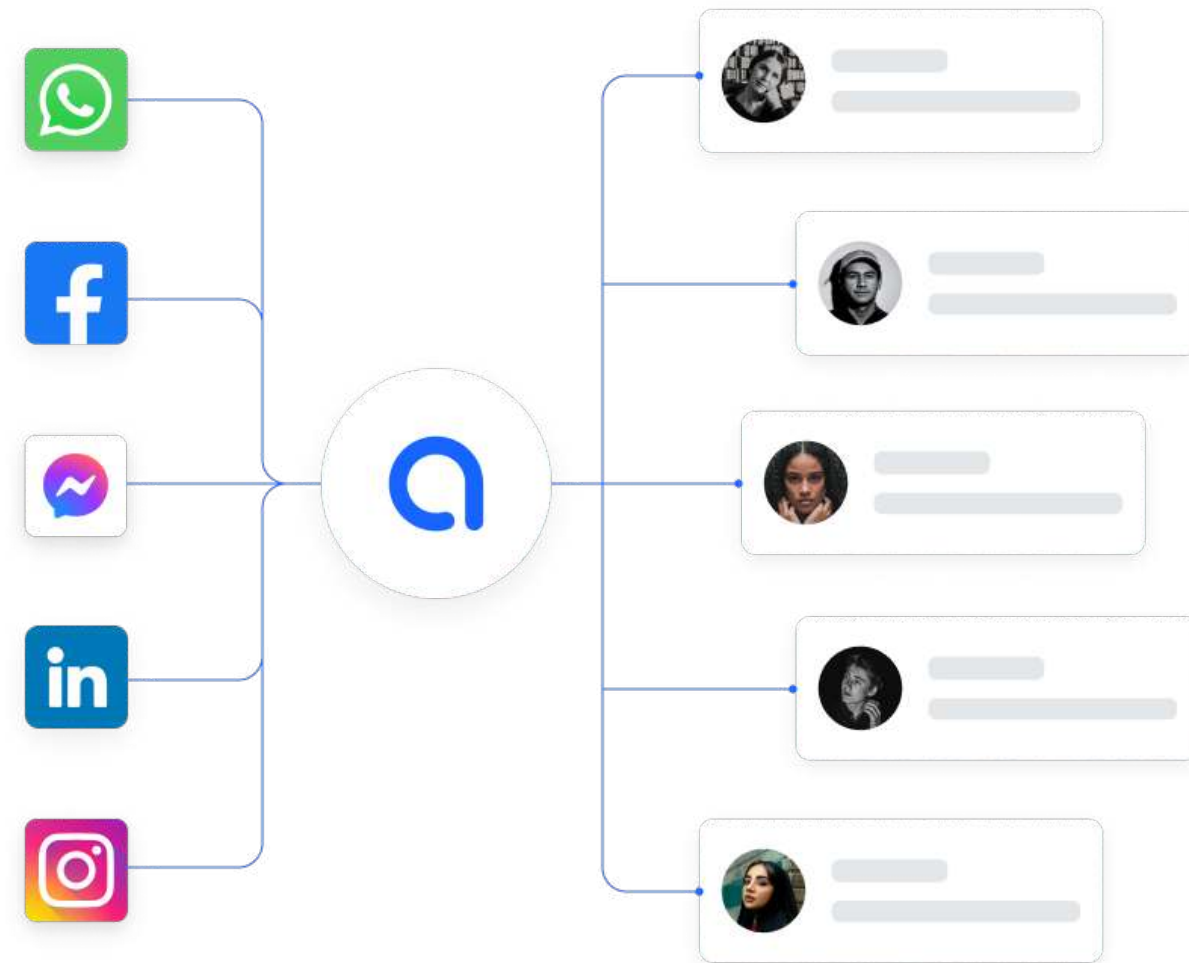
Puntos clave de la evolución de la atención al cliente

Omnicanalidad

La omnicanalidad, lejos de ser simplemente una opción, se ha consolidado como la norma.

Las empresas han desplegado estrategias que **integran de manera más efectiva canales diversos** como chat en vivo, redes sociales, correo electrónico y asistentes virtuales.

Esto garantiza a los clientes una experiencia coherente y sin interrupciones, independientemente de la vía que elijan para comunicarse.

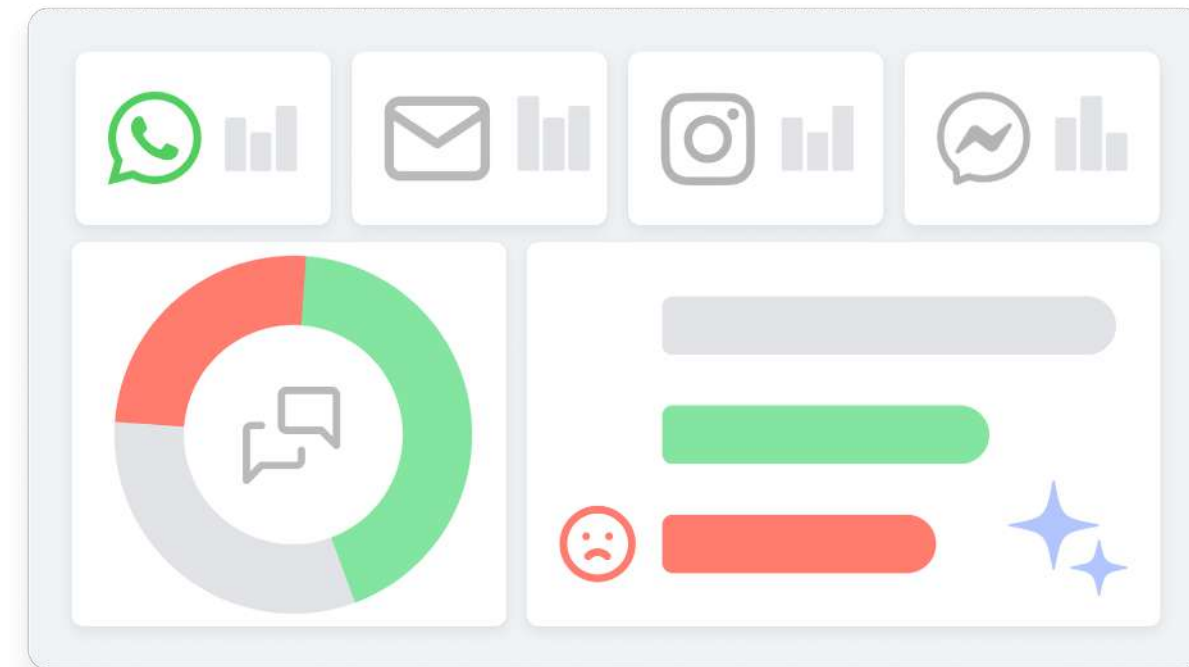


Enfoque predictivo

El paradigma de la atención al cliente ha evolucionado hacia enfoques proactivos y predictivos.

La **implementación de análisis avanzados** permite a las empresas anticipar las necesidades de los clientes, abordar problemas potenciales antes de su materialización y ofrecer soluciones de manera anticipada.

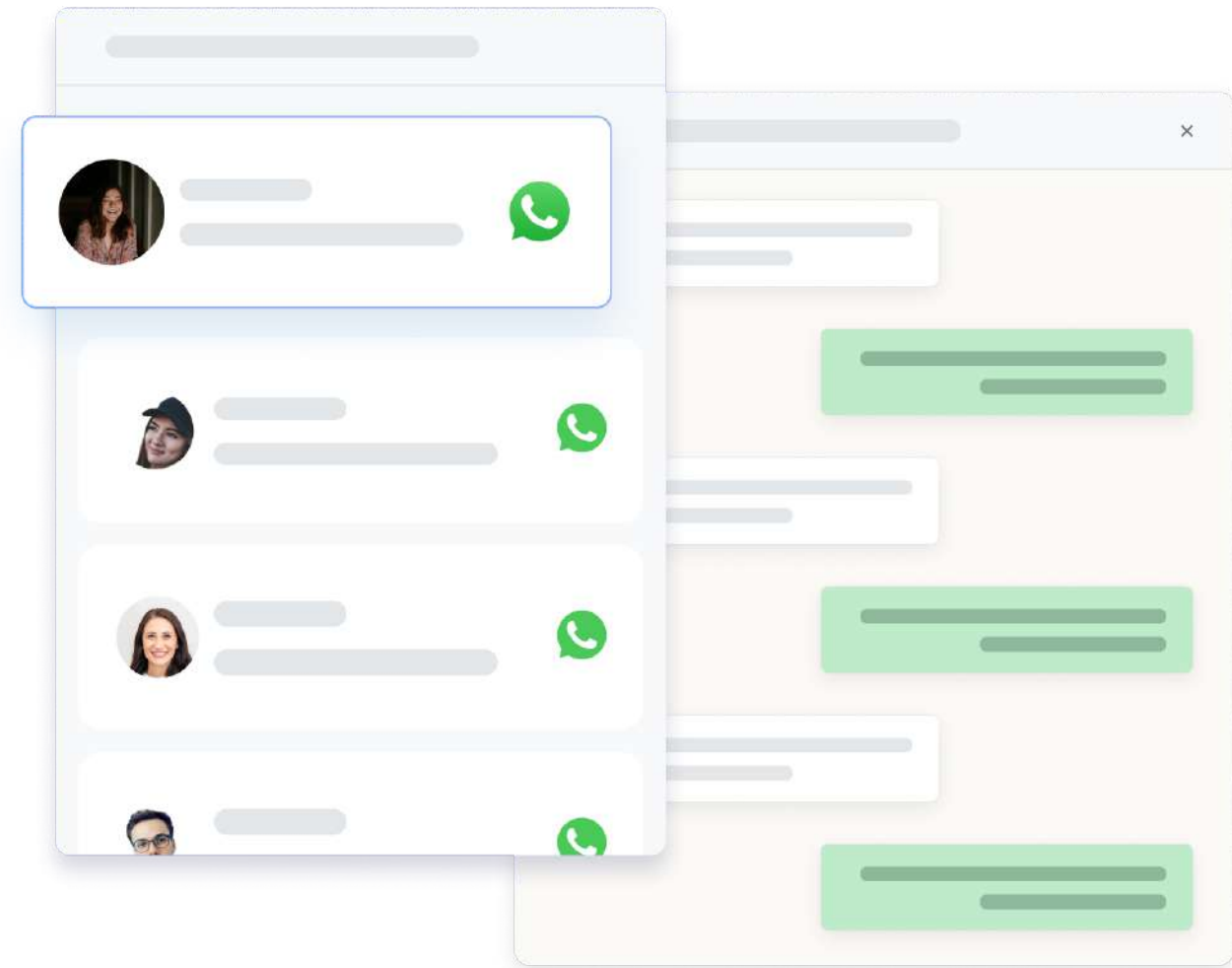
La resolución de inconvenientes se convierte así en una acción preventiva.



Comunicación específica

La **transparencia y agilidad** en la comunicación se han vuelto fundamentales. Las empresas han adoptado políticas de comunicación más transparentes, proporcionando información proactiva sobre cambios, actualizaciones y posibles inconvenientes.

Esta transparencia fortalece la relación empresa-cliente, construyendo confianza en cada interacción. Además, las empresas le hablan en el “idioma” y de la forma que se comunica su público objetivo.



Además, las empresas ponen mayor énfasis en la **comunicación** para adoptar el tono de voz que resuena mejor con su **público objetivo**.

Entienden que cada cliente tiene su propio modo de recibir información, por lo que personalizan su comunicación para asegurar que **el mensaje se perciba de la manera más clara y efectiva posible**.

Capítulo

3

6 tendencias en atención al cliente en 2025

Te contamos las **6 tendencias** en la **atención al cliente**:



1. Hiperpersonalización
Impulsada por la IA



2. Experiencia del cliente
omnicanal unificada



3. Enfoque predictivo en
la atención al cliente



4. Autonomía potenciada
por asistentes virtuales



5. Énfasis en la Experiencia
del Cliente



6. Agentes de Inteligencia
Artificial autónomos

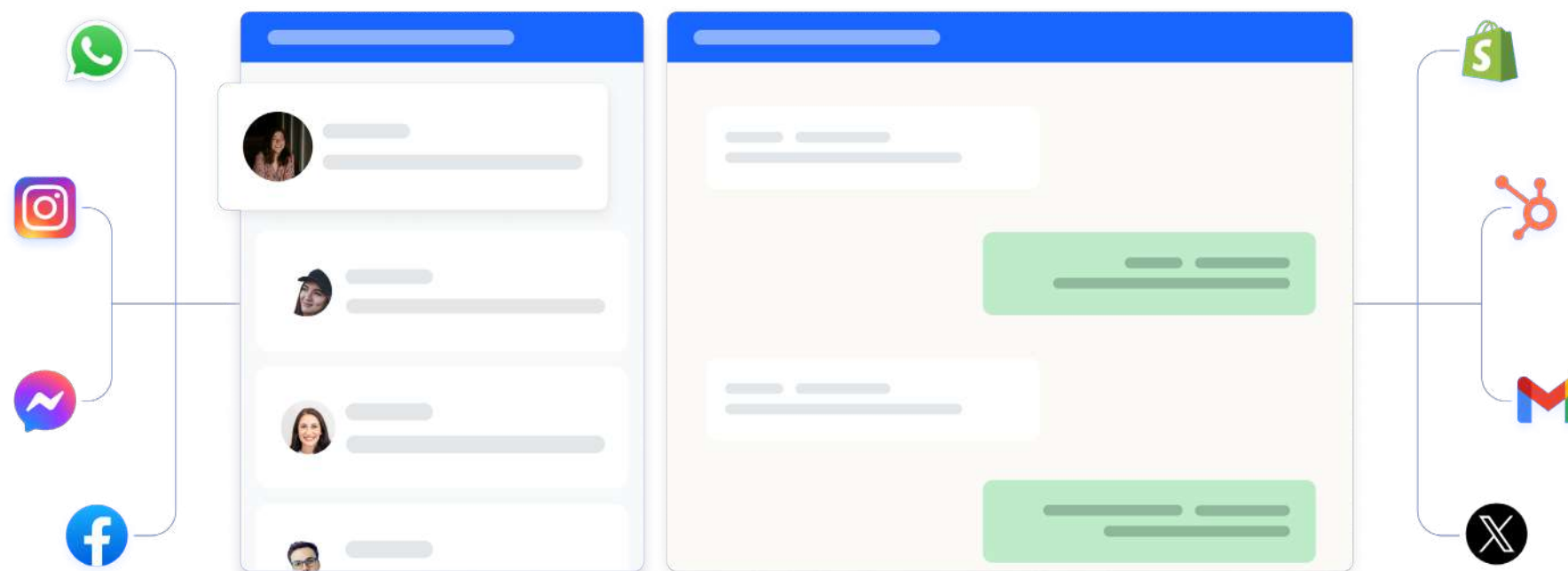


1. Hiperpersonalización Impulsada por la Inteligencia Artificial

La hiperpersonalización va más allá de la simple personalización; es una experiencia adaptada a cada cliente de manera única.

La IA, a través de algoritmos avanzados, no solo anticipa las necesidades, sino que también **ajusta las interacciones**, las recomendaciones de productos y los servicios de acuerdo con las preferencias individuales de cada cliente.

Esto no solo mejora la satisfacción del cliente, sino que también **fortalece la conexión emocional con la marca**.



2. Experiencia del cliente omnicanal unificada

La evolución de la omnicanalidad hacia una experiencia más unificada **implica una integración perfecta de canales.**

Los clientes pueden iniciar una conversación en redes sociales, continuarla a través del chat en vivo y luego recibir seguimiento por correo electrónico, todo sin perder la coherencia en la información proporcionada y la calidad del servicio.

Esta tendencia no solo simplifica la interacción, sino que también **ofrece una experiencia más satisfactoria y sin fricciones.**

3. Enfoque predictivo en la atención al cliente

La atención al cliente se vuelve proactiva y predictiva gracias al uso de análisis avanzados.

Las empresas no esperan a que los clientes planteen problemas; en cambio, utilizan datos para anticipar necesidades y abordar posibles inconvenientes antes de que impacten significativamente.

Esta aproximación no solo resuelve problemas de manera eficiente, sino que también contribuye a una percepción positiva de la marca al demostrar un compromiso proactivo con la satisfacción del cliente.



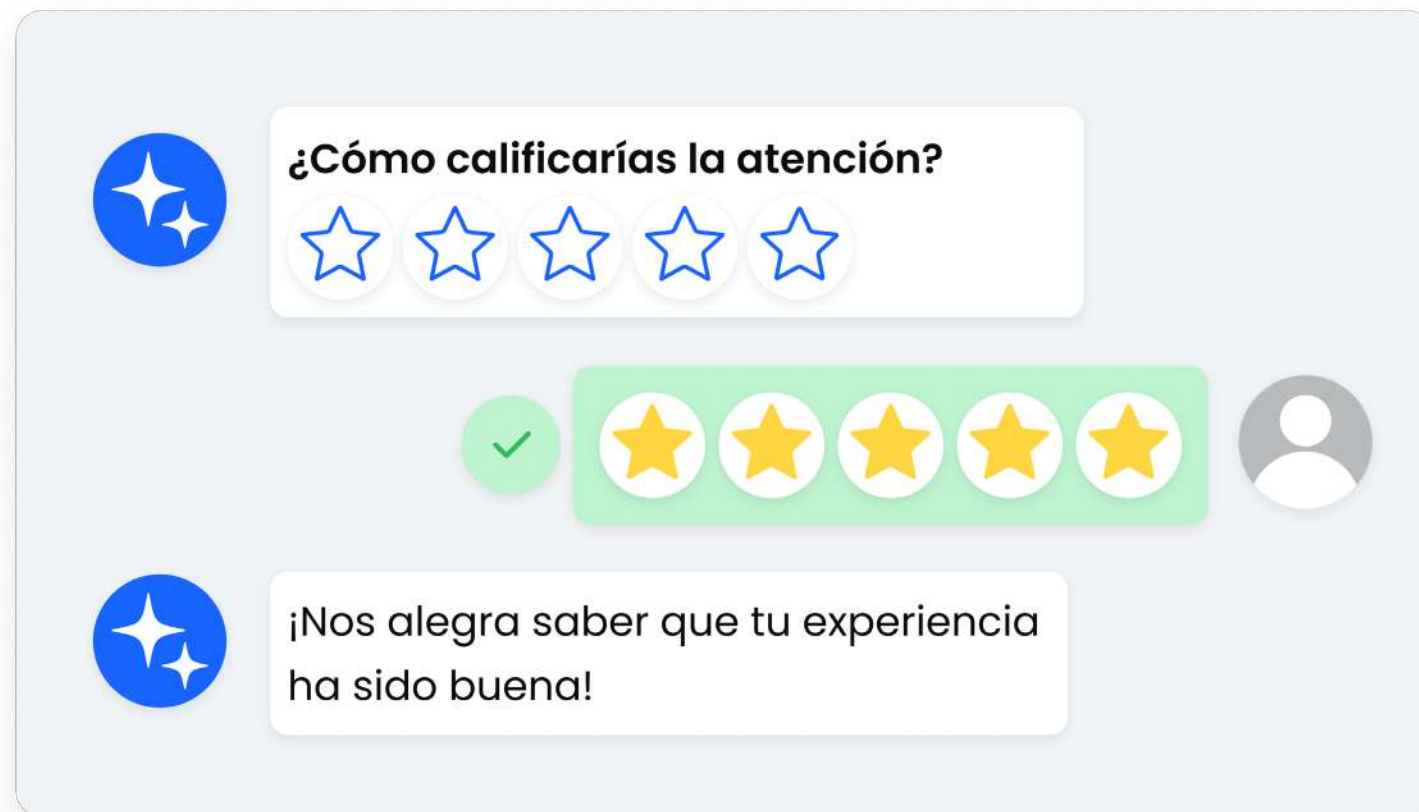


4. Autonomía potenciada por asistentes virtuales

Los asistentes virtuales, impulsados por tecnologías como el procesamiento del lenguaje natural (NLP), **proporcionan a los clientes una mayor autonomía.**

Los clientes pueden obtener respuestas inmediatas a consultas comunes, realizar transacciones y acceder a información clave de manera autónoma.

Esto no solo agiliza el proceso, sino que también **libera a los agentes para abordar consultas más complejas y estratégicas,** mejorando la eficiencia general del servicio al cliente.



5. Énfasis en la Experiencia del Cliente

Más allá de la resolución de problemas, **las empresas buscan crear experiencias memorables.** Cada interacción se concibe como una oportunidad para construir lealtad y fomentar recomendaciones positivas.

La estrategia se centra en todos los puntos de contacto, desde la primera interacción hasta la resolución de problemas, para **garantizar que cada cliente tenga una experiencia positiva y duradera.**

Esta tendencia no solo crea clientes satisfechos, sino que también **contribuye a la reputación de la marca a largo plazo.**



6. Agentes de Inteligencia Artificial autónomos

Los agentes de Inteligencia Artificial están revolucionando la atención al cliente al resolver solicitudes de principio a fin, sin intervención humana. A diferencia de los bots tradicionales, son capaces de razonar, adaptarse al contexto y aprender continuamente.

Su integración con sistemas internos y comprensión del lenguaje natural permite una atención más rápida, precisa y escalable. Al automatizar tareas repetitivas, liberan a los equipos humanos para enfocarse en interacciones de mayor valor, optimizando tanto la experiencia del cliente como la eficiencia del contact center.

Capítulo

4

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

Preparación de tu empresa para la **incorporación de agentes 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:

- Identificación parcial de áreas y procesos susceptibles de automatización.
- 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** a través de un partner experto.
- **Identificar los principales procesos de CX** con oportunidad de mejora a través de automatizaciones.

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:

- Conocimiento básico de los recursos y datos necesarios para implementar IA.
- Disposición a capacitar equipos internos y colaborar con partners.

Recomendaciones:

- **Prioriza 1 o 2 procesos críticos y diseña un plan estratégico de alto nivel junto a un partner especialista.**
- **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

☑ 7-8 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 en conjunto a un partner estratégico.
- Establecer métricas de éxito y monitorear resultados en tiempo real.

Niveles de Madurez para **Incorporar IA Generativa**

Aquí puedes revisar los resultados de tus respuestas.

Nivel Experto: Post Umbral de Relevancia

☑ 9 checkboxes marcados

La empresa **avanza de forma autónoma**, aunque subóptima, y reconoce la importancia estratégica de la IA Generativa. Actualmente, se están llevando a cabo esfuerzos iniciales en **proyectos pequeños** como pilotos o pruebas de concepto, que se desarrollan internamente y están siendo dirigidos principalmente por el área de tecnología de la información.

Características principales:

- Automatización IA inicial implementada de forma autónoma (no recomendada).
- La empresa ha pilotado soluciones de IA en procesos críticos del negocio.
- Automatización de la experiencia del cliente (CX) como prioridad estratégica.
- Visión clara y enfoque en mejoras incrementales de las soluciones.

Recomendaciones:

- Forma células de trabajo interdepartamentales entre áreas estratégicas, tecnología, operaciones y backoffice.
- Define y planifica hitos para escalar pilotos, en colaboración con un partner especializado.
- Documenta con precisión los nuevos procesos para facilitar su escalabilidad y replicación.



Contact Center Hiper-eficiente

Soluciones corporativas con IA Generativa

COORDINACIÓN DE AGENTES • INSIGHTS CLIENTES • COMUNICACIÓN MASIVA • CHATBOTS CON IA GEN

 Clientes LATAM

+160
clientes en 13 países

 Business Partner



 Mensajes gestionados al mes

+15 millones



Juntos hacia la hipereficiencia de tu Contact Center.

Adereso es la plataforma de automatización de servicio al cliente para el CX memorable y eficiente

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

Contact Center hiper-eficiente