Publicado en Ciudad de México el 08/09/2022

# [Sixbell explica las claves de la atención al cliente en el 2030](http://www.notasdeprensa.es)

## Sixbell evalúa los procesos para mejorar la interacción con los clientes y conocer si se cumplieron o no las promesas sobre la atención a clientes hechas atrás

 Por Rodrigo Tobar Product Manager - Self Service and AI de Sixbell Es el 2030 y las empresas ya tienen un modelo de autoservicio que integra a los humanos con lo digital; es decir, que les permite una convivencia fluida en el mundo físico y virtual, permitiendo que cada elemento dé lo mejor de sí. Lo digital aporta precisión, lo virtual posibilita nuevas formas de interacción y los humanos dan valor a lo que mejor saben hacer, interactuar con otros seres humanos. Ahora que las personas han sido totalmente liberadas de las tareas repetitivas, monótonas y de bajo valor que tenían en el 2022, son más efectivas, colaborativas, felices y creativas en su trabajo. Por lo tanto, como consecuencia, aportan mucho más valor al negocio. Por otro lado, la inteligencia artificial aplicada a la atención al cliente ha evolucionado a tal punto que se ha vuelto común que, durante las interacciones, se puedan detectar automáticamente las intenciones, sentimientos y necesidades de cada cliente. De este modo se ha consolidado la base para dar un servicio totalmente personalizado, capaz de –incluso- anticiparse y proyectar soluciones de manera proactiva. En 2030 las empresas que consideraron el modelo evolutivo de autoatención gozan de sustentabilidad, consistencia y, por lo tanto, de mayor productividad, eficiencia y competitividad porque significa que escucharon a sus clientes y fueron capaces de darles lo que realmente necesitaban. Se confirma, una vez más, que el futuro de los negocios lo determinan los clientes, no los CEO’s ni los inversionistas. Ahora al hablar de lecciones, es importante tomar en cuenta algunos de los factores clave que. Entre ellos: Poner atención al esfuerzo que hacen los clientes para obtener la respuesta que buscan o requieren. En el 2020, más del 70% de los consumidores nunca lograba encontrar la solución a sus necesidades, lo cual representaba un porcentaje abrumadoramente alto. Apostar por la inteligencia artificial y las tecnologías de automatización en los centros de contacto para mejorar la experiencia y la atención al cliente. De esta manera se logra garantizar la disponibilidad en los canales de interacción preferidos por los clientes y aplicar la opticanalidad, con el propósito de entregar el mejor servicio a través del canal óptimo, en consideración del perfil, necesidades y preferencias de los consumidores. Hacer más natural la autoatención para lograr comunicarnos "de alguna manera" con las máquinas, las cuales son capaces de resolver una gran cantidad de problemas. Asimismo, cada vez más clientes buscan interactuar con o como avatares en espacios virtuales, por lo que, al menos, 65% de los centros de contacto incorpora la realidad virtual. Como es visible, se han superado muchos desafíos para lograr alcanzar la competitividad y eficiencia que distinguen al 2030. Sin embargo, seguirá siendo indispensable tomar acción y aprovechar las innovaciones de la tecnología y de la IA. Acerca de SixbellEmpresa multinacional con ADN latinoamericano que, por más de 30 años, ha integrado y desarrollado soluciones de interacción con el cliente y telecomunicaciones para cientos de empresas de diferentes industrias que buscan transformarse, mejorando su productividad y resultados. https://www.sixbell.com/

**Datos de contacto:**

Moisés Hernández

TouchPoint Marketing

5544884729

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/sixbell-explica-las-claves-de-la-atencion-al](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Telecomunicaciones Marketing Hardware Software Dispositivos móviles Ciudad de México



[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)