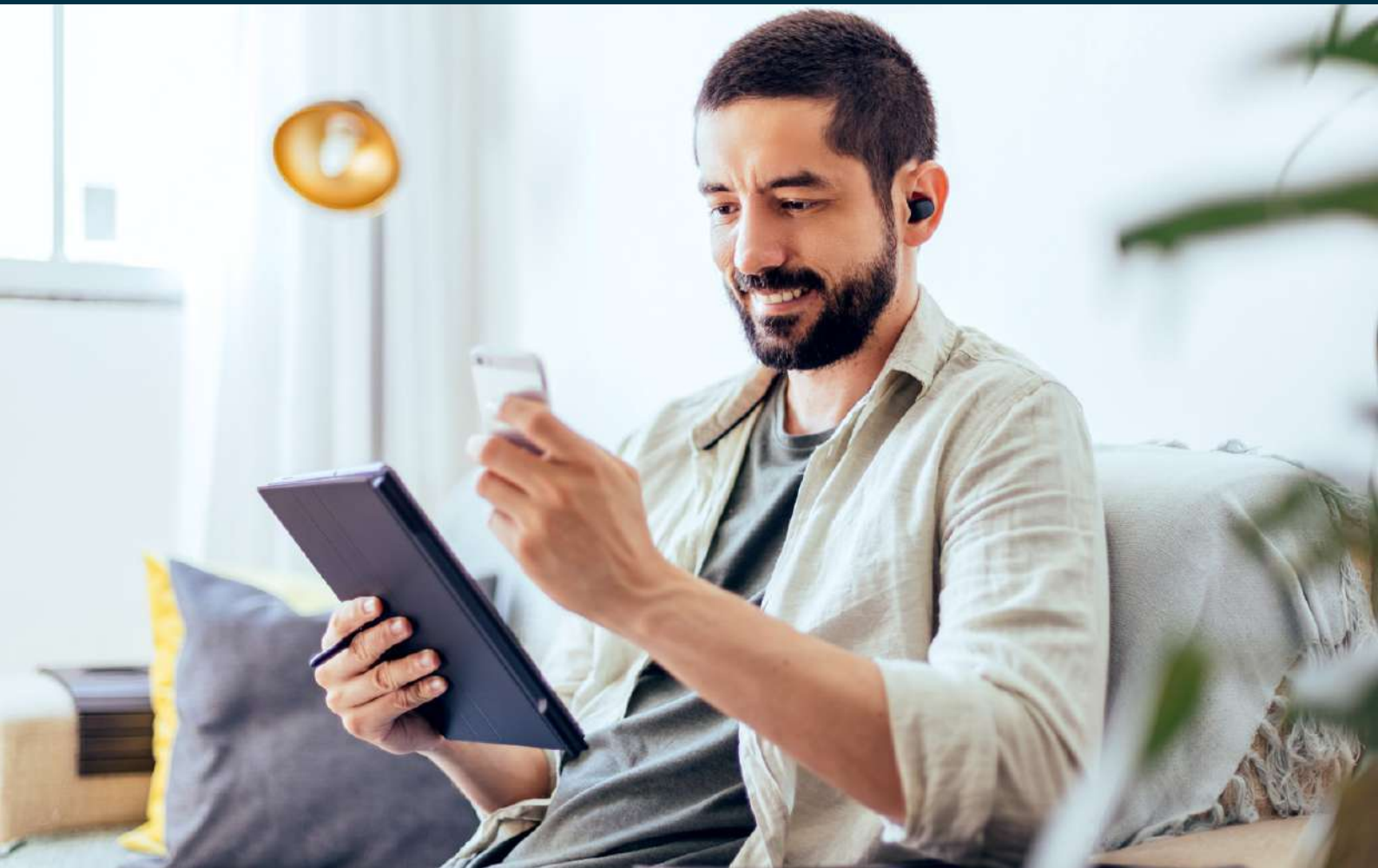


Telefonica

Brasil optimiza su mercado gracias al imparable avance de Aura

Fabrizio Bindi, director of Customers Insights and Artificial Intelligence at Vivo in Brazil



Desde la implementación de la Inteligencia Artificial Aura en Brasil hace tres años, hemos priorizado dos factores: transformar el modelo de relación con nuestros clientes y estar presente en los canales que usan cada día, con el fin de convertirnos en una compañía más relevante, ofreciendo una mejor experiencia al cliente cada día.

Prueba de ello es que Aura está disponible en más de 20 canales de servicios digitales como la app móvil Meu Vivo y el *call center* de la operadora, así como en aplicaciones de terceros como WhatsApp, Facebook Messenger o Google Assistant, con más de 40 millones de consultas al mes. Entre estos canales, el más destacable es WhatsApp, donde más del 90% de los clientes evalúan la experiencia como buena o muy buena. Desde su lanzamiento, se han realizado más de 300 millones de interacciones.

Estas cifras van en aumento gracias a las mejoras que hemos ido implementando, como el hecho de que Aura sea capaz de anticiparse a las peticiones de los usuarios, dirigiéndose a ellos de manera proactiva cuando detecta alguna necesidad. De esta forma, hemos logrado generar una interacción más rápida y directa entre Vivo, la marca comercial de Telefónica en el país, y los clientes. Para ellos, el autoservicio es muy importante, posiblemente porque consiguen solucionar sus dudas a cualquiera hora, en el momento más cómodo para ellos. Por eso, seguimos mejorando Aura, para que adopte una postura más proactiva y consultora.

La IA de Vivo ofrece casos de uso personalizados, respondiendo a consultas relacionadas con los servicios de Vivo, aunque las cinco principales dudas que más expresan nuestros clientes son sobre: factura, detalles del plan, consumo de internet/datos, saldo de recarga y activación de promoción. Todo esto en tiempo real, de forma hablada o escrita y utilizando lenguaje natural.

Centro de formación de Bots, la clave de la evolución de Aura

Pocos meses después de la implementación de Aura en Brasil, hemos puesto en marcha el Centro de Formación de Bots, un equipo multidisciplinar de Aura con lingüistas y profesionales UX que analizan las interacciones de Aura con los clientes en los distintos canales de atención para identificar posibles fallos de comprensión por parte de la Inteligencia Artificial, lo que da como resultado un mejor servicio por parte de Aura. El objetivo es que sea capaz de reconocer a personas que tengan diferentes maneras de preguntar y acentos de distintas regiones para que preste un servicio de mayor calidad. Gracias a esta iniciativa y el trabajo conjunto con ingenieros de software, científicos de datos y expertos en *Machine Learning*, la precisión de Aura hoy es de más de 90% en los diferentes canales donde está presente y sin duda es un factor fundamental para una experiencia más fácil y humanizada.

Queda patente que la atención al cliente es uno de los pilares fundamentales sobre los que se sustenta Vivo, por ello, una de las apuestas más fuertes desde Brasil es la implementación de Aura para atender consultas personalizadas en nuestro *call center*. La Inteligencia Artificial atiende consultas tanto a usuarios prepago como a usuarios con contrato fijo, obteniendo un 90% de satisfacción entre los usuarios, quienes habían calificado la interacción como buena, humana y clara.

La integración de Aura en canales de uso masivo, como WhatsApp o el propio *call center*, está impactando positivamente en la satisfacción de nuestros usuarios, como en la generación de eficiencias y sinergias para el negocio. Desde su implementación, Aura se ha consolidado como una herramienta imprescindible tanto para facilitar el día a día de los usuarios, como para ofrecer la mejor atención al cliente, lo que ha servido como punto clave de Vivo para mantener nuestro liderazgo en Brasil.

2020 © Telefónica Digital España, S.L.U. Todos los derechos reservados.

La información contenida en el presente documento es propiedad de Telefónica Digital España, S.L.U. ("TDE") y/o de cualquier otra entidad dentro del Grupo Telefónica o sus licenciantes. TDE y/o cualquier compañía del Grupo Telefónica o los licenciantes de TDE se reservan todos los derechos de propiedad industrial e intelectual (incluida cualquier patente o copyright) que se deriven o recaigan sobre este documento, incluidos los derechos de diseño, producción, reproducción, uso y venta del mismo, salvo en el supuesto de que dichos derechos sean expresamente conferidos a terceros por escrito. La información contenida en el presente documento podrá ser objeto de modificación en cualquier momento sin necesidad de previo aviso.

La información contenida en el presente documento no podrá ser ni parcial ni totalmente copiada, distribuida, adaptada o reproducida en ningún soporte sin que medie el previo consentimiento por escrito por parte de TDE.

El presente documento tiene como único objetivo servir de soporte a su lector en el uso del producto o servicio descrito en el mismo. El lector se compromete y queda obligado a usar la información contenida en el mismo para su propio uso y no para ningún otro.

TDE no será responsable de ninguna pérdida o daño que se derive del uso de la información contenida en el presente documento o de cualquier error u omisión del documento o por el uso incorrecto del servicio o producto. El uso del producto o servicio descrito en el presente documento se regulará de acuerdo con lo establecido en los términos y condiciones aceptados por el usuario del mismo para su uso.

TDE y sus marcas (así como cualquier marca perteneciente al Grupo Telefónica) son marcas registradas. TDE y sus filiales se reservan todos los derechos sobre las mismas.

Telefonica
