

Uso y Aplicaciones de ML en Digital User Engagement

Manuel Puron

Solutions Architect Security & Telco

Amazon Web Services

LOS CENTROS DE CONTACTO TRADICIONALES NO ESTÁN IMPULSANDO LA INNOVACIÓN

La atención de los usuarios es cada vez mas dispersa

- **75 billones**
connected endpoints online para el
2025

connected endpoints online para el

2025



Las expectativas de los usuarios cambian y crecen constantemente



Mensajes masivos



Personalización



Experiencias marginales



Experiencias conectadas



Formularios



Natural



Contexto de negocio



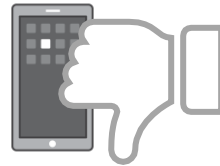
Contexto de usuario

De Transaccional a Estratégico

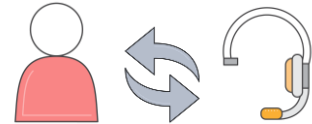
La mayoría de los **centros de contacto** ofrecen servicio al cliente e impactan la **retención de los mismos** – pero encaran **muchos desafíos de innovación**.



Los clientes esperan que las empresas **anticipen sus necesidades** y les **hagan recomendaciones**



Es mas fácil que nunca que los clientes **cambien de proveedor** sin mayor problema



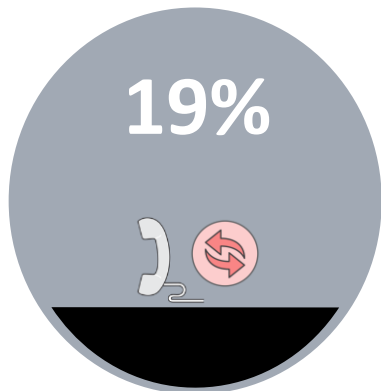
Los centros de contacto se han convertido en el nexo primario entre los clientes y los proveedores, pero **son difícil de modernizar**

¿Está su centro de contacto siguiéndole el paso a sus clientes?

Los clientes quieren que sus problemas se resuelvan **rápida y personalmente**

Industria: Banca Comercial

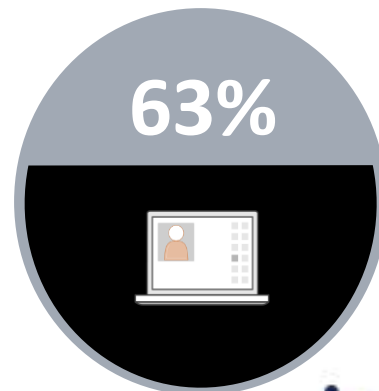
De los clientes **cambiarán de proveedor** si su problema no es resuelto durante su primer contacto¹



De los clientes que hubieran adquirido un producto de su banco principal **si les hubieran hecho una oferta personalizada**²



De los clientes bancarios que piensan que si comparten su información deberían entonces tener acceso a **consejo y productos personalizados** de los agentes³



1. Service Quality Measurement Group Voice of the Customer First Contact Resolution 2017 research

2. Bain & Company and Research Now 2017 survey

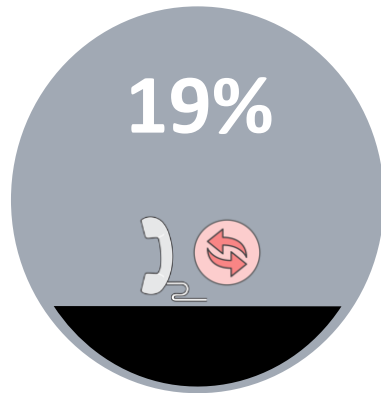
3. Accenture Financial Providers: Transforming Distribution Models For The Evolving Consumer 2017 study

¿Está su centro de contacto siguiéndole el paso a sus clientes?

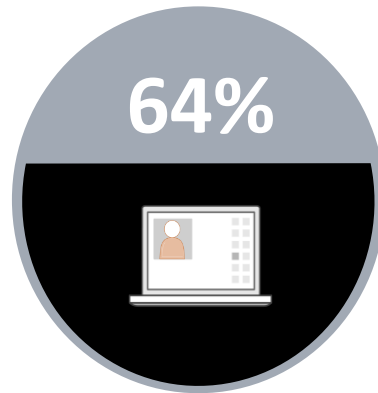
Los clientes quieren que sus problemas se resuelvan **rápida y personalmente**

Industria: Seguros

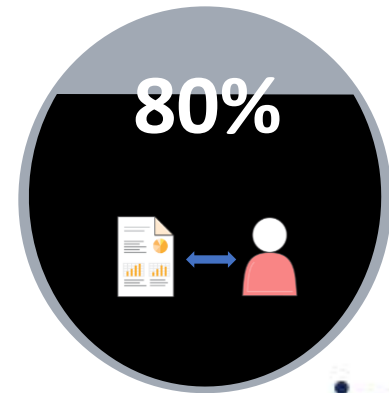
De los clientes **cambiarán de proveedor** si su problema no es resuelto durante su primer contacto¹



De los clientes que hubieran adquirido un producto de su aseguradora **si les hubieran hecho una oferta personalizada**²



De los clientes que **quieren mas ofertas, mensajes y recomendaciones de precio personalizados**³



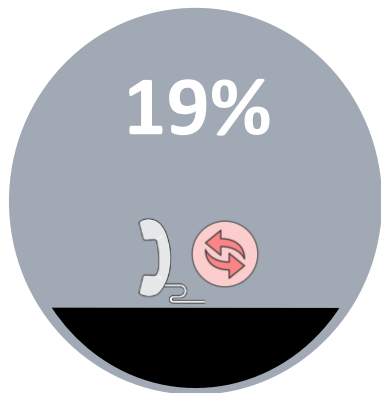
1. Service Quality Measurement Group Voice of the Customer First Contact Resolution 2017 research
2. Accenture Financial Providers: Transforming Distribution Models For The Evolving Consumer 2017 study
3. Accenture Strategy, Satisfy the Craving for Insurance Personalization 2018 report

¿Está su centro de contacto siguiéndole el paso a sus clientes?

Los clientes quieren que sus problemas se resuelvan **rápida y personalmente**

Industria: Inversiones

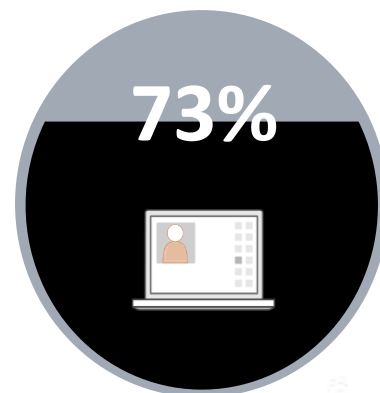
De los clientes **cambiarán de proveedor** si su problema no es resuelto durante su primer contacto¹



De los clientes que hubieran adquirido un producto de su banco principal **si les hubieran hecho una oferta personalizada**²



De los clientes que **quieren mas ofertas, mensajes y recomendaciones de precio personalizados**³



1. Service Quality Measurement Group Voice of the Customer First Contact Resolution 2017 research

2. Bain & Company and Research Now 2017 survey

3. Accenture Financial Providers: Transforming Distribution Models For The Evolving Consumer 2017 study

Adaptación al Ritmo de Evolución del Cliente es Difícil y Costosa

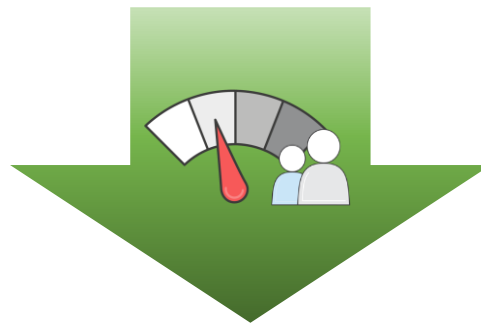
Si no se hacen cambios al modelo de enganche con el cliente, los costos se elevan y la innovación se detiene

Los Costos se Elevan



Costo de adquisición y pérdida de clientes
Costos constantes de la operación del centro de contacto y de la renovación del personal

El Crecimiento Sufre



Oportunidades perdidas de ofrecer recomendaciones
Descubrimiento de oportunidades perdidas que podrían informar innovación en productos y servicios

Machine Learning aplicado

- Pieza Central de la Transformación Digital en el Servicio al Cliente

ML: Transformación Digital del Servicio al Cliente



Experiencia del Cliente



Operaciones del Negocio



Toma de Decisiones



Innovación



Ventaja Competitiva

40%

de las iniciativas de transformación digital en el 2019 estarán soportadas por AI

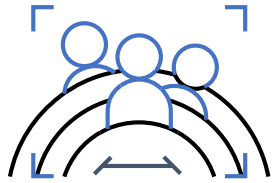
- IDC 2018

¿Qué sabe AWS de ML?

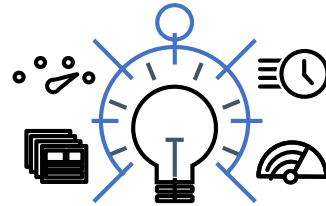
Hay mas ML implementada en AWS que en ningún otro lugar



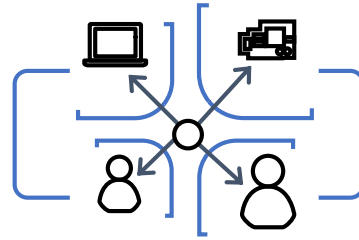
Evolucionando la comunicación y el valor a tus clientes



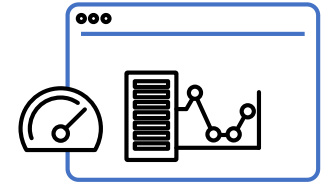
Mensajes personalizados que satisfacen las necesidades de los usuarios en el momento



Compromisos oportunos con una experiencia fluida entre canales

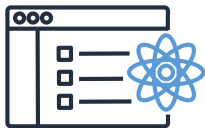


Llegue a usuarios y dispositivos de todo el mundo a grandes volúmenes por segundo



Aprenda sobre sus usuarios, lo que les importa y cómo llegar a ellos de manera más efectiva

¿Cómo se envía el mensaje correcto en el momento correcto?



Use datos históricos para programar mensajes cuando los usuarios tengan más probabilidades de participar



Enviar mensajes transaccionales directamente a usuarios específicos



Activar mensajes instantáneamente basados en acciones en tiempo real

¿Cómo incorporo ML en mi operación de servicio al cliente?

Tecnología

Cultura

Tecnología

Incorporar ML en tu transformación digital requiere un nuevo “stack” que facilite el poner ML a trabajar para tí y tus clientes

El stack de ML de Amazon: Un conjunto amplio de capacidades

Añadir inteligencia a las aplicaciones fácilmente, sin tener habilidades de machine learning

SERVICIOS DE ML

Visión | Documentos | Habla | Idioma | Chatbots | Pronósticos | Recomendaciones

Construir, entrenar e implementar modelos de machine learning rápidamente

PLATAFORMA DE ML

Etiquetado de datos | Libretas y algoritmos pre-construidos | Implementación y entrenamiento en One-click

Flexibilidad & selección, infraestructura con el más alto rendimiento

INFRAESTRUCTURA & FRAMEWORKS DE ML

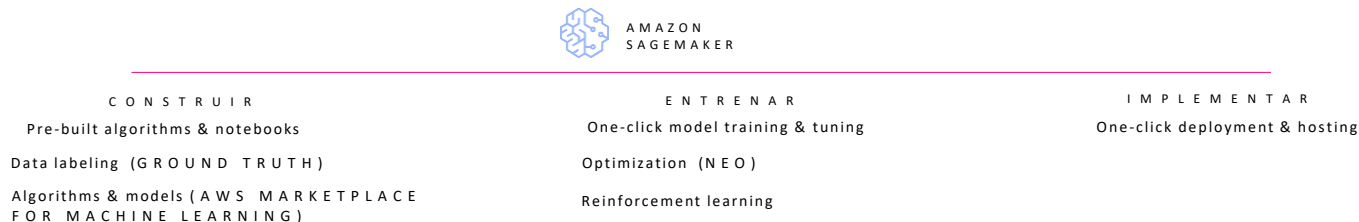
Soporte para los frameworks de ML | Opciones de cómputo construidas a la medida para ML

El stack de ML de Amazon: Un conjunto amplio de capacidades

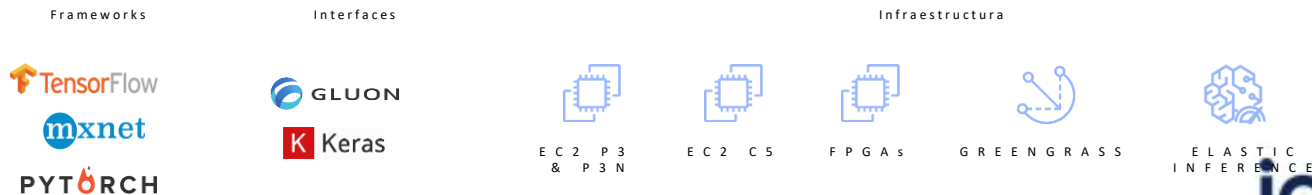
SERVICIOS DE ML



PLATAFORMA DE ML



INFRAESTRUCTURA & FRAMEWORKS DE ML



Aplicando Machine Learning en el servicio al cliente

Modernizar el centro de contacto para mejorar el servicio al cliente

chatbots conversacionales | transcripción de llamadas | ruteo inteligente | análisis de sentimiento
analíticos de VoC | analíticos texto-a-voz | comunicación omnicanal multi-idioma



POLLY



TRANSCRIBE



TRANSLATE



COMPREHEND



LEX





Interacciones con clientes de alto impacto

Vonage usa **Amazon Lex** y **Amazon Polly** para desarrollar aplicaciones conversacionales impulsadas en lenguaje natural para responder a las solicitudes de los clientes con inteligencia contextual, en tiempo real, mejorando los tiempos de respuesta y la calidad del servicio.

Aplicando Machine Learning en el servicio al cliente

Reducir costos de localización y mejorar la certeza

vocabulario adaptable | generación de timestamp | traducción segura en tiempo-real | identificación del idioma



POLLY



TRANSCRIBE



TRANSLATE




COMPREHEND



Hotels.com





Lionbridge

Traducción en tiempo real escalable

Usando **Amazon Translate**, Lionbridge es capaz de escalar traducciones en tiempo real para poder localizar contenido de una manera más rápida y en más idiomas. Usando Translate Lionbridge fue capaz en reducir sus 20% de sus costos de traducción.

Aplicando Machine Learning en el servicio al cliente

Comprender la voz de tu cliente

análisis de sentimiento | localización de apps | servicios de traducción | servicios de transcripción | catálogo de contenido | accesibilidad



REKOGNITION
IMAGE



REKOGNITION
VIDEO



TRANSCRIBE



TRANSLATE



COMPREHEND





Adquisición de clientes enfocada

VidMob usa **Amazon Rekognition** y **Amazon Transcribe** para extraer metadata y hacer análisis de sentimiento, para ayudar a la gente de marketing a comprender que videos resuenan con las diferentes audiencias. Esto ayuda a la gente de marketing a promover contenido individualizado para adquirir nuevos clientes.

Aplicando Machine Learning en el servicio al cliente

Personalizar las experiencias de los clientes con recomendaciones individualizadas

la misma tecnología de recomendaciones usada por Amazon.com | recomendaciones conscientes del contexto análisis de sentimiento | analíticos de VoC



PERSONALIZE



REKOGNITION
IMAGE



REKOGNITION
VIDEO



COMPREHEND





Domino's

Personalizando la experiencia del cliente

Domino's usa [Amazon Personalize](#) para ajustar a la medida y escalar comunicaciones de marketing relevantes para los clientes basadas en la hora del día, el contexto y el contenido, logrando así mejorar y aumentar sus experiencias con la marca de Domino's.

Incrementar la eficiencia con análisis de documentos automatizado

reconocimiento óptico de caracteres (OCR) | extracción automática de datos | procesamiento de lenguaje natural búsqueda inteligente | analítica de textos



TEXTTRACT



COMPREHEND &
COMPREHEND MEDICAL





COX
AUTOMOTIVE™

Reduciendo el esfuerzo del cliente y acelerando las ventas

Cox usa [Amazon Textract](#) para acelerar las ventas de los automóviles. Con Textract automatizaron la captura y validación de formas y documentos, desde solicitudes de crédito hasta las facturas de los vehículos, acelerando el tiempo de decisión de compra, reduciendo el esfuerzo del cliente y optimizando el proceso de punta a punta, desde el fabricante hasta el cliente final.

¿Cómo incorporo ML en mi operación de servicio al cliente?

Tecnología

Cultura

Creando las condiciones para el
éxito en su organización

Cultura

¡Gracias!