

Microsoft se destaca en la automatización de centros de contacto

El mercado de la tecnología es dinámico, se mueve, frontal y lateralmente. El mercado de los contact center resulta interesante y útil para distintas empresas por diferentes razones. Frente a Amazon, Google y Salesforce, La gente de Redmond combina agentes virtuales y análisis de sentimientos, y llega incluso a integrar el soporte para productos de IoT. La crisis de Covid-19 ha empujado a los centros de contacto hacia una mayor automatización.



Los asistentes virtuales textuales o vocales se han multiplicado para responder preguntas recurrentes sin valor agregado o para brindar apoyo de primer nivel. Desatascan las colas y mejoran la experiencia del cliente respondiendo rápidamente a solicitudes simples como la confirmación de un horario de vuelo.

En una lógica de autocuidado, los asistentes virtuales textuales o vocales se han multiplicado para responder

preguntas recurrentes sin valor agregado o para brindar apoyo de primer nivel. Desatascan las colas y mejoran la experiencia del cliente respondiendo rápidamente a solicitudes simples como la confirmación de un horario de vuelo. Una vez que se alcanzan sus límites, se entregan a operadores humanos. Nuevamente, la IA puede ayudar a que la relación sea más fluida. Este es el concepto de agente aumentado.

Objetivo

Apoyar a los asesores sugiriendo acciones a tomar (argumentos, ofertas, etc.) para convencer o anticipar expectativas, pero también para completar un formulario o alimentar automáticamente los datos [del CRM](#).

Toda la ayuda más valiosa en situaciones de teletrabajo. En su casa, el asesor no puede levantar la cabeza para pedir la opinión de un colega en el plató o de un supervisor. AI también permite liberar el clima general de una conversación al notar la presencia de palabras con una connotación positiva o negativa. Lecciones susceptibles de mejorar la calidad del servicio. Gafa (El acrónimo Gafa designa al cuarteto formado por Google, Apple, Facebook y Amazon, los cuatro gigantes de la web que están perturbando la economía global), se ha posicionado recientemente en este mercado ofreciendo todo o parte de estos ladrillos en modo [SaaS](#).

Sus soluciones interactúan con las plataformas de especialistas en contact center como Avaya, Genesys o Vocalcom, pero también con CRM y ERP en el mercado. La asociación firmada por Amazon Web Services (AWS) con Salesforce a finales de 2019 es parte de esta lógica. Por su parte, Microsoft puede capitalizar las sinergias entre Dynamics 365, su ERP / CRM interno y Azure.

Comparación de ofertas de centros de contacto automatizados SaaS

	Salesforce Service Cloud Voice	Amazon Connect	IA del Centro de contacto de Google	Servicio al cliente de Microsoft Dynamics 365 para IA
Fecha de lanzamiento	Viernes 1 de noviembre de 2019	Miércoles, 1 de marzo de 2017	Viernes 1 de noviembre de 2019	Lunes 1 de abril de 2019
Posicionamiento	Líder en CRM, Salesforce integra de forma nativa los datos de los clientes en su plataforma. Fuerte asociación con AWS.	Pionero en el centro de contacto como servicio, AWS se basa en su amplia cartera de servicios en la nube.	Google Cloud usa su catálogo de servicios cognitivos y Dialogflow, su suite de desarrollo de IA conversacional.	Microsoft capitaliza las sinergias con otras soluciones de su ecosistema (CRM, Teams, etc.) e integra el componente de IoT.
Asociaciones	AWS, Vocalcom, Genesys, Vonage.	Salesforce, Avaya, Talkdesk, Voiceworx.	Salesforce, Avaya, Mitel, Cisco, Five9, Genesys.	Five9, Genesys, NICE InContact, Solgari, Tenfold, Vonage.
Referencias	Adidas, American Express, Alstom, etc,	Intuit, Morrisons, Origin, Dow Jones, Subway, Fujitsu.	Verizon, Marks & Spencer, easyJet.	Toyota, DAI, Venca, Calado, Gauteng.

Precios	4 modalidades de precios, desde el plan Essentials (25 euros por usuario y mes) hasta el plan Unlimited (300 euros por usuario y mes).	Precios según los servicios consumidos. El manejo de llamadas cuesta \$ 0.018 por minuto, el módulo de chat cuesta \$ 0.004 por mensaje, etc.	No divulgado	Dos planes: Professional (42,20 euros por usuario y mes) y Enterprise (80,10 euros por usuario y mes). Precios adicionales para productos asociados como Power Virtual Agents.
---------	--	---	--------------	--

Amazon Connect, el pionero

AWS lanzó su centro de contacto como oferta de servicio en marzo de 2017. Una experiencia omnicanal que integra chatbots y servidores de voz interactivos. Como siempre con la nube pública número uno, la solución se basa en sus diversos servicios, incluidos Amazon S3 para el almacenamiento de datos, Amazon Lex, su ladrillo de inteligencia conversacional o incluso Amazon Key Management Service para el cifrado de comunicaciones. Llamada Amazon Connect, la plataforma viene con el servicio Contact Center Intelligence (AWS CCI), cuya disponibilidad global se anunció el pasado mes de enero.

AWS CCI se basa en los módulos de transcripción de llamadas (Amazon Transcribe), traducción (Amazon Translate) y comprensión de idiomas (Amazon Comprehend) del grupo Seattle. Actualmente en versión preliminar, Amazon Connect Voice ID autentica a la persona que llama mediante el análisis de su huella de voz. En julio pasado, AWS anunció la disponibilidad general de Contact Lens. Esta función de Amazon Connect tiene como objetivo ayudar a los supervisores del centro de contacto

a identificar mejor, a través del análisis de sentimientos, las tendencias que surgen en el transcurso de las conversaciones. AWS también se ha acercado a socios tecnológicos (Salesforce, Avaya, Talkdesk...) y firmas consultoras e integradores como Indian HCL y Wipro o French Micropole.

Google Contact Center AI, una solución completa

Google ofrece una solución SaaS completa para equipar los centros de contacto. Contact Center AI ofrece un asistente virtual y un módulo de agente aumentado para proporcionar a los asesores instrucciones en tiempo real. Google usa, por supuesto, Dialogflow, su suite de desarrollo de inteligencia artificial conversacional, pero también API de procesamiento de voz a texto, texto a voz y lenguaje natural. Este último ladrillo permite identificar las motivaciones en el origen de una llamada o evaluar el tono general de las conversaciones.

En septiembre pasado, Google anunció en una publicación el lanzamiento de una nueva versión de Dialogflow. Llamado Dialogflow CX, está dirigido a grandes centros de contacto que admiten interacciones complejas y omnicanal. Otra novedad, Agent Assist for Chat, ayuda, como su nombre indica, a los asesores en el manejo de mensajes instantáneos al detectar la intención del cliente y brindar asistencia paso a paso. Para integrar Contact Center AI en plataformas existentes, Google se ha asociado con Salesforce, Cisco, Avaya, Mitel, 8x8, Five9, Genesys o Twilio.

Microsoft apuesta por su ecosistema

Con Dynamics 365 Customer Service, Microsoft cubre, como Google Cloud, las dos áreas principales de la automatización del centro de contacto: agentes virtuales a través del bloque

Microsoft Power Virtual Agents, por un lado, análisis de la opinión del cliente para enviar sugerencias contextuales al asesor en el otra mano. Y si este último aún no puede resolver el problema, la plataforma interactúa con Teams para que pueda llamar a expertos remotos.

El servicio de atención al cliente también ofrece enrutamiento automatizado de llamadas a agentes según las habilidades requeridas y su disponibilidad. En cuanto al módulo Customer Voice, captura los comentarios que dejan los clientes en los distintos canales (correo electrónico, SMS, web, móvil) para medir su satisfacción. Los datos pueden ser explotados por otras aplicaciones en el ecosistema de Microsoft, incluidos Dynamics 365 Customer Insights y el entorno de automatización de procesos robóticos Power Platform.

¿La fuerza de Dynamics 365 Customer Service? Su integración en [Internet de las cosas](#). En su pantalla, el operador podrá visualizar los dispositivos conectados que merecen su atención, en particular su estado de salud. Finalmente, al estar equipado el Servicio al Cliente con inteligencia artificial de mantenimiento predictivo, puede llegar a evitar el mal funcionamiento de un dispositivo IoT incluso antes de que su propietario avise al servicio de asistencia técnica.

Salesforce, las fortalezas del Líder CRM

Número uno en CRM, Salesforce no podía mantenerse alejado del mercado de automatización de centros de contacto. La editorial de San Francisco, que ya cubre otros canales de relación con el cliente, como la web, el correo electrónico, el chat, las redes sociales o incluso la mensajería instantánea, ahora se ha extendido a la telefonía desde el lanzamiento de Service Cloud Voice en julio de 2020. La solución es respaldado por Amazon Connect para garantizar la transcripción de conversaciones de voz. Salesforce AI, luego los analiza para

hacer recomendaciones a los asesores. Einstein compara las conversaciones telefónicas con otros datos del cliente que se muestran en la pantalla del operador.

El editor también ofrece Einstein Call Coaching, un módulo de procesamiento del lenguaje natural que identifica palabras clave en conversaciones (objeciones, mención de un competidor, etc.) que probablemente ayuden a los asesores a preparar sus contraargumentos. Salesforce Service Cloud Voice se integra con plataformas de terceros como Vocalcom, Genesys o Vonage.

Leer también: [El rol de la seguridad en la transformación digital](#); [Artificial Intelligence as a Services, Inteligencia artificial como servicio, ¿qué es?](#); [¿Cómo está mejorando la inteligencia artificial la industria del alojamiento web?](#)