

# EL ROL DE LA AUTOMATIZACIÓN

EN CUSTOMER EXPERIENCE

JORGE ANDRÉS CRESPO



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# ¿HASTA DONDE SOMOS CAPACES DE LLEGAR POR EL CUSTOMER EXPERIENCE?



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# MUY LEJOS





# **Pero... ¿Podemos hacer sentir esto al cliente sin meterlos dentro de una máquina?**



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY



## **LA AUTOMATIZACIÓN DEL CX NOS PERMITE ESTO Y MÁS...**

**Y las empresas ya se han  
empezado a dar cuenta.**



**Opinno.**

**CX**  
**FORUM**  
**eCOMM**  
MONTERREY

**01**

---

## **TENDENCIAS**

Insights sobre el rol de la automatización en CX

**02**

---

## **¿PORQUÉ CXA?**

Potencial, razones y beneficios.

**03**

---

## **¿CÓMO HACERLO?**

Here you can describe the topic of the section



**Opinno.**

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
SANTO DOMINGO DE LOS CABALLEROS



# 01

# TENDENCIAS

Insights sobre el rol de la  
automatización en CX



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY



# INVESTIGACIONES QUE LO FUNDAMENTAN



## DIGITAL MARKETING

Customer Experience  
Digital el centro de la  
estrategia de los negocios



## INTELIGENCIA ARTIFICIAL

El despertar de una  
revolución en los negocios



## AUTOMATIZACIÓN EMPRESARIAL

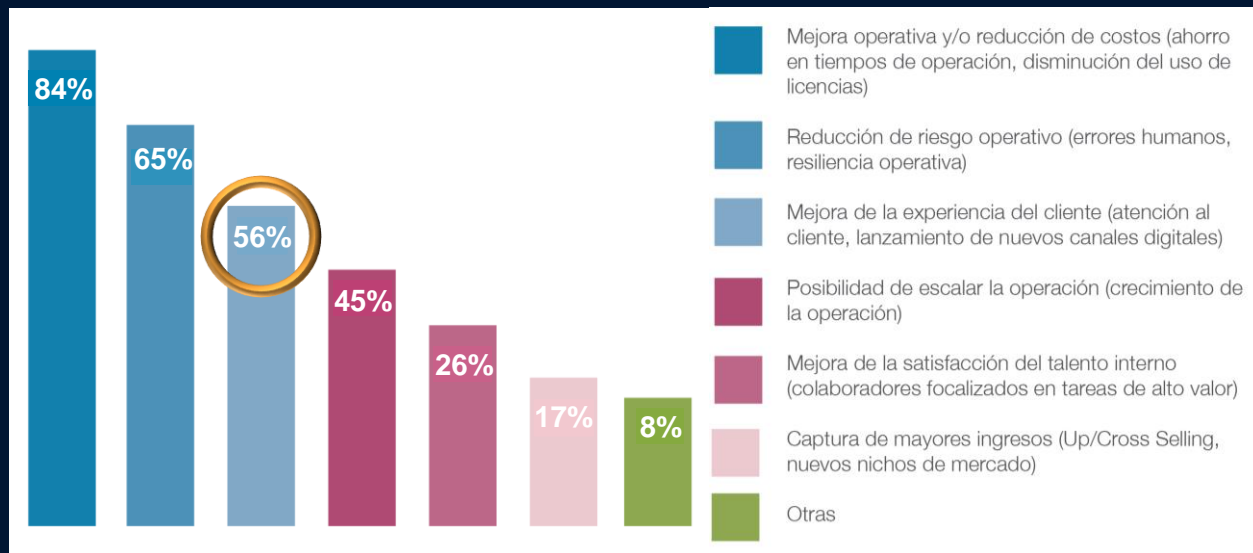
El viaje a la organización híbrida



Opinno.



# PRIORIDADES DE LA AUTOMATIZACIÓN EN LATINOAMÉRICA



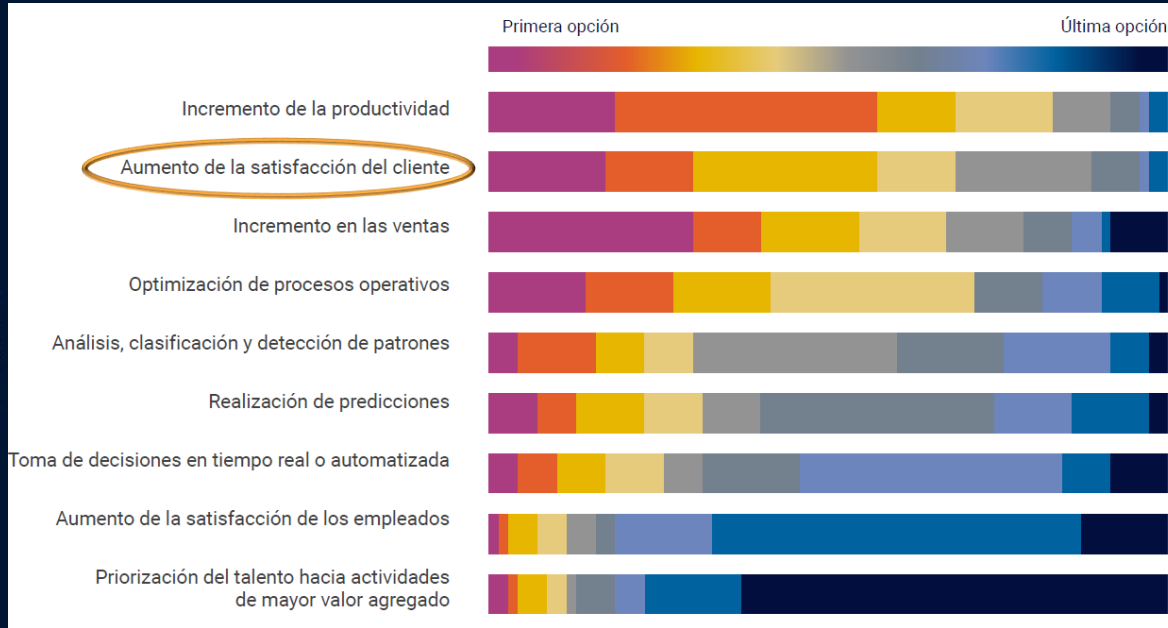
**La tendencia al autoservicio y la simplicidad del trámite, pilares de la satisfacción del cliente.**



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# RANKING DE LA IA SEGÚN EL VALOR QUE LES HA APORTADO A SUS NEGOCIOS



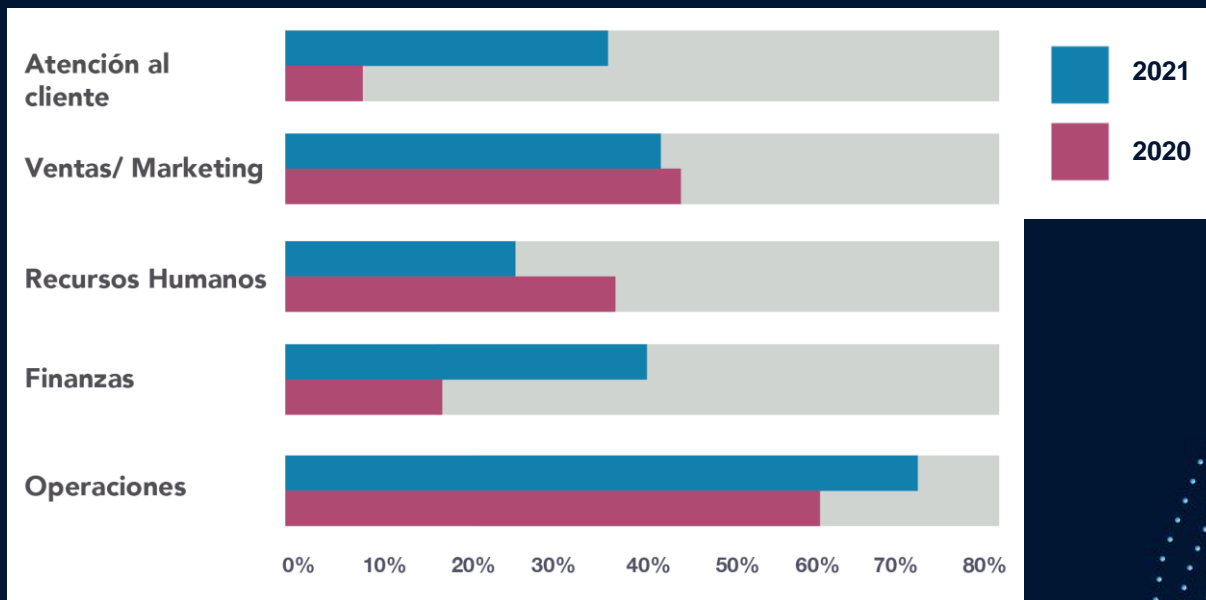
**Para el 57% de las empresas en Latam, CX es la principal variable beneficiada por la IA.**



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# EVOLUCIÓN DE LAS ÁREAS IMPACTADAS POR LA AUTOMATIZACIÓN



**La agenda de la automatización sigue extendiéndose fuera del back office.**



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY



# ÁREAS QUE MAS IMPULSAN LA IA

*según la dirección de innovación*

**34%**

VENTAS  
MARKETING

**60%**

RRHH

**42%**

FINANZAS



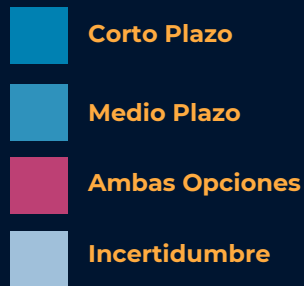
Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

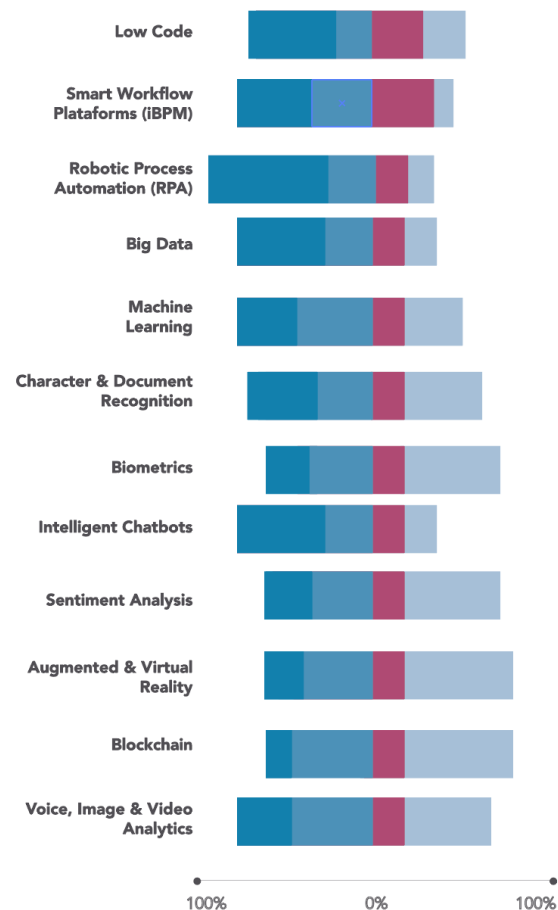
# TENDENCIAS TECNOLÓGICAS A CORTO MEDIO Y LARGO PLAZO

## RPA, CHATBOTS, BIG DATA, IPA...

Enfoque en la creación de  
servicios hechos a medida  
para el cliente.



## TECNOLOGÍAS PARA EL CORTO, MEDIO, Y LARGO PLAZO



# INSIGHTS SECTORIALES



**FINANCIERO**



**TELCO**



**SEGUROS**



**ENERGÉTICO**



**SALUD**



**RETAIL**



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY



# OMNNICANALIDAD DIGITAL Y AUTOMATIZADA PARA MEJORAR CX



**10%**

CENTRO AL CLIENTE  
UNIÓN ESTRATEGIA  
EN CANALES



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY



02

# ¿PORQUÉ CXA?

Potencial, razones y beneficios.



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

---

# PERO...

## ¿PORQUÉ ESTAS EMPRESAS SE INTERESAN POR EL CXA?



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY





# 1. EL TERRENO DE JUEGO A CAMBIADO

Y el de los jugadores y sus  
expectativas y necesidades...

TAMBIÉN



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# ¿COMO LO QUIERE EL NUEVO JUGADOR?



**INSTANTÁNEO**



**A MEDIDA**



**UNIFORME**



**FÁCIL**



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

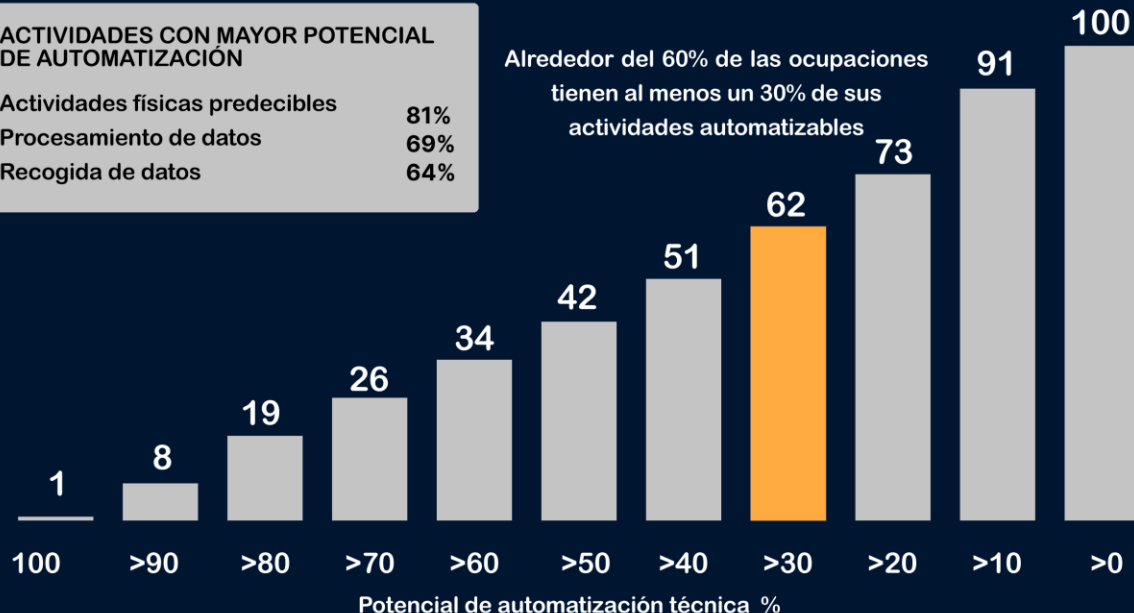
### 3. POR EL POTENCIAL AUTOMATIZABLE DEL CX.

Aunque pocas ocupaciones son totalmente automatizables, el 60% de todas las ocupaciones tienen al menos un 30% de actividades técnicamente automatizables.

#### ACTIVIDADES CON MAYOR POTENCIAL DE AUTOMATIZACIÓN

Actividades físicas predecibles	81%
Procesamiento de datos	69%
Recogida de datos	64%

Alrededor del 60% de las ocupaciones tienen al menos un 30% de sus actividades automatizables



Elaboración propia: McKinsey Global Institute - A Future That Works: Automation, Employment, and Productivity



Opinno.

# ¿Y QUÉ ENGLOBA CXA?

---

INFINITAS NECESIDADES, USUARIOS Y  
BARRERAS EN LA COMUNICACIÓN



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM.  
MEXICO



# RAZONES PARA AUTOMATIZAR EL CUSTOMER EXPERIENCE.

Manejar **grandes volúmenes** de solicitudes.

Dar tareas de **mayor valor agregado** al personal de Cx.

Atraer, llegar en el **momento exacto** y conseguir fidelizar.

Todos los **canales se integran** en el Customer Journey.



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

Customer Onboarding

90% ↑

Más rápido

Customer Margin

10% ↑

Más alto.

5% ↑

Adquisición de clientes incremental.

2 ↓

FTE (Full time equivalent) menos.

Fuente: A Forrester Total Economic Impact™  
Study Commissioned By Appway June 2020



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# ¿Y QUÉ ES LO QUE FALLA?

---

INFINITAS NECESIDADES, USUARIOS Y  
BARRERAS EN LA COMUNICACIÓN



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM.  
MEXICO



03

# ¿COMO LO ESTÁN HACIENDO?

Caso de éxito en automatización del CX



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY



# CASO DE ÉXITO CXA



## 1. EL CONTEXTO

- En 30 años el mercado automovilístico había cambiado mucho.
- Resistencia al cambio



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# CASO DE ÉXITO CXA



## 2. EL RETO

- Comprender mejor al nuevo cliente.
- CRM costoso y complicado.



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# CASO DE ÉXITO CXA



## 3. LA SOLUCIÓN

- Clientes potenciales CRM.
- Automatizaciones de mensajes a 7 etapas de trato.
- Desarrollo app móvil.



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY

# CASOS DE ÉXITO CXA



## 4. LOS RESULTADOS

SOLUCIÓN EN

**29,5**

segundos

Logró una tasa de  
autoservicio del

**91%**

**78%**

Tasa de satisfacción  
gracias a UX



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY



# ¡MUCHAS GRACIAS!

---

**JORGE ANDRÉS CRESPO**

Managing Innovation & Strategy Consultant



Opinno.

**CX**  
FORUM  
eCOMM  
MONTERREY