

# Manual sobre experiencia del cliente

Agosto de 2020

# Contenido

Introducción .....	3
Nuevas realidades del mercado .....	4
Por qué es importante la experiencia del cliente .....	5
Un marco estratégico para la transformación de la experiencia del cliente .....	7
<b>Pilar: Interacción con los clientes</b> .....	8
Creación de interacciones personales que escalan.....	9
Potenciamiento de los clientes para que logren más cosas por sí solos .....	11
Previsión de las necesidades de los clientes .....	13
Pasos a seguir para mejorar la interacción con el cliente .....	15
<b>Pilar: Potenciamiento de los empleados</b> .....	16
Creación de perfiles completos de los clientes.....	17
Optimización de la colaboración en cualquier momento y lugar .....	19
Integración de la asistencia inteligente dentro de los flujos de trabajo .....	21
Pasos a seguir para potenciar a los empleados.....	24
<b>Pilar: Optimización de las operaciones</b> .....	25
Eliminación de los silos organizacionales .....	26
Habilitación de la agilidad operativa.....	29
Refinamiento de las operaciones en tiempo real .....	31
Previsión de futuros para garantizar el éxito.....	33
Pasos a seguir para optimizar sus operaciones .....	35
<b>Claves para una transformación exitosa de la experiencia del cliente</b> .....	36
<b>Acerca de Microsoft Dynamics 365 / PSFK</b> .....	38

# Introducción

Hoy en día, la tecnología digital impulsa o respalda casi todas las experiencias de los clientes en cualquier industria, desde el comercio minorista en tiendas hasta la banca personal y la fabricación. Los clientes esperan atención y servicio on-demand en cada etapa del proceso, desde la promoción del vendedor hasta el procesamiento de los pedidos y el soporte de posventa. Para cumplir con las expectativas de los clientes, las empresas deben invertir en la tecnología adecuada para potenciar las experiencias y el servicio proactivos y personales.

El potencial de las nuevas tecnologías de experiencia del cliente de hoy es emocionante. Desde machine learning hasta el procesamiento del lenguaje natural y la realidad mixta, las herramientas y plataformas empresariales de hoy prometen cambiar drásticamente la forma en que las empresas interactúan con los clientes, la velocidad con la que escalan y la precisión con la que hacen recomendaciones y solucionan problemas. Cada interacción con el cliente presenta una oportunidad para que las empresas aprendan más sobre cada cliente individual y mejoren su proceso de extremo a extremo a través del servicio y la tecnología.

Si bien las empresas reconocen el potencial de la tecnología para mejorar la experiencia del cliente, es difícil alinear nuevas soluciones con los departamentos y escenarios de cliente adecuados para obtener su verdadero valor. La tecnología empresarial es útil en la medida que los empleados la comprendan y la utilicen; es necesario que los líderes empresariales entiendan cómo cada inversión o decisión de tecnología de experiencia del cliente potenciará a sus equipos para sobresalir en la interacción con el cliente y la eficiencia operativa.

Cuando las soluciones digitales se centran en los problemas, los objetivos y las métricas correctos, trabajan en conjunto para impulsar una empresa hacia nuevos niveles de satisfacción y éxito del cliente. Este informe de tendencias está diseñado para explorar las tecnologías empresariales más recientes y compartir la forma en que estas afectan la experiencia del cliente a través de la interacción con el cliente, la productividad de los empleados y la eficiencia operativa. En conjunto, estos sistemas ofrecen experiencias del cliente modernas y unificadas, que ayudan a su empresa a superar las acciones de sus competidores y, lo que es más importante, las expectativas de sus clientes.

# Nuevas realidades del mercado

## La interacción con el cliente ha evolucionado

El mundo actual gira en torno a la tecnología móvil y la fluidez digital. Como resultado, los clientes esperan que las marcas y los negocios estén siempre disponibles en el momento y lugar adecuados para ofrecer experiencias coherentes, convenientes y personalizadas.

## La confianza en las marcas y las empresas se ha deteriorado

Las redes sociales han ampliado la voz del cliente y han democratizado la influencia y el acceso a la información. Las opiniones de amigos y pares tienen un mayor impacto y es más fácil que nunca cambiarse a un competidor. Ahora los clientes tienen el control.

## Los clientes y mercados se mueven en tiempo real

Los sistemas heredados y las operaciones aisladas ya no logran mantener el ritmo. Para tener éxito, las marcas y los negocios deben permitir que sus empleados y procesos respondan rápidamente a los cambios, a medida que ocurren, para ofrecer experiencias excepcionales y captar nuevas oportunidades de ingresos.

## Los datos son el recurso más valioso

Las marcas y los negocios retienen una gran cantidad de información generada a partir de las operaciones internas y las interacciones con los clientes que abarcan canales y plataformas, pero gran parte de su potencial no se materializa. Para una capitalización auténtica, las empresas deben adoptar un enfoque integrado capaz de extraer información práctica y compartirla en toda la organización.

## Nuevas rutas para escalar

Equilibrar los recursos existentes con nuevas inversiones para impulsar el crecimiento sigue siendo un desafío para cualquier organización. La adopción de herramientas de automatización inteligentes genera ganancias significativas en términos de productividad y eficiencia, lo que libera a los empleados y les permite enfocarse en las tareas centradas en el cliente y la innovación para mejorar los resultados.

# Por qué es importante la experiencia del cliente

## La experiencia del cliente impulsa la interacción positiva con este

94 %

El 94 % de los consumidores que dan a una empresa una calificación “muy buena” en el ítem de experiencia del cliente señalan que es “muy probable” que compren más productos o servicios a esa empresa en el futuro. El 95 % de los consumidores que dan a una empresa una calificación “muy buena” en el ítem de experiencia del cliente señalan que es “muy probable” que recomienden a la empresa.

[ROI of Customer Experience, XM Institute, 2019](#)

82 %

El 82 % de los compradores empresariales y el 59 % de los consumidores están dispuestos a pagar más por una gran experiencia.

[State of the Connected Customer Report, Salesforce, 2019](#)

## La experiencia del cliente mejora los resultados



La transformación digital y un enfoque en la experiencia del cliente pueden generar un aumento del 20 % al 30 % en la satisfacción del cliente, una mejora del 10 % al 20 % en la satisfacción de los empleados y ganancias económicas de 20 % a 50 %.

[What Matters In Customer-Experience Transformations, McKinsey, 2019](#)



El 63 % de los ejecutivos cuyas empresas han adoptado la IA informan que se ha producido un aumento en los ingresos en las áreas de negocio donde se utilizan, y el 44 % dice que la IA ha reducido los costos.

[Global AI Survey, McKinsey, 2019](#)



Entre 2018 y 2019, las organizaciones que han implementado la inteligencia artificial aumentaron del 4 % al 14 %.

[2019 CIO Agenda Survey, Gartner, 2018](#)

# La experiencia del cliente potencia la ventaja competitiva



El 81 % de las grandes empresas planean aumentar su enfoque en la experiencia del cliente en el próximo año.

[The State of Customer Experience Management, XM Institute, 2019](#)



El 93 % de los líderes de TI señalan que es fundamental contar con una mejor tecnología orientada al cliente para que su empresa compita. El 77 % de los líderes de TI están aumentando la inversión en la experiencia del cliente.

[Enterprise Technology Trends Report, Salesforce, 2019](#)



Cuando se trata de innovación, el 35 % de las empresas de alto rendimiento migraban por primera vez, en comparación con el 11 % entre las empresas de bajo rendimiento.

[State Of Innovation, CB Insights, 2018](#)



El 70 % de quienes tienen un rendimiento de élite son lo suficientemente ágiles para responder rápidamente a las solicitudes e información de los consumidores, versus el 37 % de quienes tienen un bajo rendimiento. El 72 % de quienes tienen un rendimiento de élite continuamente reúnen información sobre las expectativas, las tendencias y los comentarios, versus el 54 % de quienes tienen un bajo rendimiento.

[Consumer Experience In The Retail Renaissance, Deloitte Digital And Salesforce, 2018](#)

# Un marco estratégico para la transformación de la experiencia del cliente

## Interacción con los clientes

- Creación de interacciones personales que escalan
- Potenciamiento de los clientes para que logren más cosas por sí solos
- Previsión de las necesidades de los clientes

## Potenciamiento de los empleados

- Creación de perfiles completos de los clientes
- Optimización de la colaboración en cualquier momento y lugar
- Integración de la asistencia inteligente dentro de los flujos de trabajo

## Optimización de las operaciones

- Eliminación de los silos organizacionales
- Habilitación de la agilidad operativa
- Refinamiento de las operaciones en tiempo real
- Previsión de futuros para garantizar el éxito



# Pilar: Interacción con los clientes

Cuando se trata de la experiencia del cliente, las organizaciones se destacan no solo al abordar las inquietudes de los compradores, sino que también al invertir en la creación de relaciones proactivas y personalizadas con su público. Los clientes no se ven como a sí mismos como problemas que deben ser resueltos, sino como individuos con objetivos y necesidades específicas que esperan que las marcas entiendan y aborden. Al combinar los procedimientos recomendados para la interacción con los clientes con soluciones digitales basadas en datos, como sistemas de CRM sincronizados y un servicio preventivo impulsado por IA, las empresas pueden garantizar que cada interacción sea relevante, personal y eficaz.

“ ”

*“Los consumidores saben que las empresas pueden ofrecer una experiencia fluida, personalizada y atractiva, y eso es lo que esperan cada vez que se encuentran con una marca. Toda la organización tiene un rol en el cumplimiento de esas expectativas.”*

Christi Olson, directora de Evangelización de Búsquedas, Microsoft

## Habilitación de soluciones

- **Perfiles de datos de clientes unificados:** las plataformas de datos integrales del cliente agregan información sobre los clientes de cada canal y cada etapa del proceso del usuario para extraer información práctica sobre sus necesidades y preferencias.
- **Organización informática:** las plataformas de machine learning encuentran patrones en los comportamientos, las elecciones y los comentarios de los clientes para personalizar futuras recomendaciones y planes de acción.
- **Búsqueda guiada:** el procesamiento del lenguaje natural aprovecha los macrodatos de su empresa para guiar a los clientes a los productos o las respuestas que necesitan con una fricción y frustración mínimas.
- **Servicio proactivo:** con los datos históricos y en tiempo real recopilados de las interacciones personales, los dispositivos habilitados para IoT y otros puntos de contacto del cliente, el software basado en IA predice las necesidades, los obstáculos o los eventos futuros y cambia el curso del negocio para abordar estas situaciones antes de que se produzcan.



# Creación de interacciones personales que escalan

Los clientes tienen tiempo y atención limitados. Para penetrar el desorden de información, notificaciones y comunicaciones que definen el panorama actual, esperan personalización y pertinencia. Los perfiles de datos de clientes unificados y los sistemas de CRM avanzados permiten a las empresas ofrecer servicios personalizados y de alto contacto que superan las expectativas de los clientes. Estas plataformas inteligentes realizan seguimientos y analizan las preferencias, los objetivos y el historial de interacciones con los clientes, junto con factores externos, como las condiciones cambiantes del mercado, con el fin de ofrecer un nivel de servicio al cliente que alguna vez solo se limitó a los mejores agentes de clientes. La administración de relaciones basada en datos genera una relación de confianza con los clientes, aumenta la satisfacción y nutre la demanda, todo a escala empresarial.

## Datos complementarios

“”

*“Lo importante en una experiencia de compra en Nike es que, con machine learning e IA, podemos hacer que cada experiencia digital en Nike sea única y personal. Mi deseo es que un día usted sienta que tiene su propia tienda personal, específica para usted, en nuestras experiencias de aplicaciones.”*

**Heidi O’Neill, presidenta, Nike Direct**

62 %

Una mayor personalización en el comercio minorista conduce a un aumento del 40 % en el valor promedio de un pedido y a un aumento del 110 % en la cantidad de artículos comprados.

**Level of Personalization in Retail,**  
**Boston Consulting Group, 2019**

## Cómo se manifiesta esto

### 24 Hour Fitness

#### Escalado de la personalización a través del análisis de datos inteligentes

Con el fin de destacarse en un mercado concurrido, el club de bienestar con sede en Estados Unidos 24 Hour Fitness conectó los datos de marketing y ventas con Microsoft Dynamics 365 y Adobe Experience Cloud en Microsoft Azure, para entregar mensajes de marketing personalizados a sus miembros. Al aplicar el análisis de datos al marketing de miembros, el enfoque de personalización basado en inteligencia de 24 Hour Fitness ha impulsado en última instancia experiencias personalizadas a escala para los millones de miembros en sus más de 400 clubes de salud. Al colaborar con Microsoft para crear nuevas soluciones, 24 Hour Fitness ahora puede llegar a sus clientes de nuevas formas emocionantes, al ofrecer el mismo nivel de personalización tanto los miembros nuevos como a los antiguos, y al ayudar a más personas que antes a alcanzar sus objetivos de fitness.

[Obtenga más información](#)

### Citizens Bank

#### Productos financieros adaptados a las etapas y objetivos de la vida de los compradores

El grupo financiero Citizens Bank lanzó una nueva iniciativa de banca de consumo llamada Made Ready, que adapta los productos financieros de la empresa a las etapas actuales en la vida o la empresa de los clientes. Al utilizar los datos de los clientes individuales, Citizens Bank organiza productos y servicios en torno a una experiencia pertinente para el proceso en que se encuentra cada cliente, como la postulación a la universidad, la compra de la primera casa, la puesta en marcha de un negocio o la planificación de la jubilación. Diseñada para atraer específicamente a los clientes más jóvenes, Make Ready se centra en las necesidades financieras pertinentes de los millennials, incluidos los préstamos en el punto de venta y la refinanciación de los préstamos estudiantiles.

[citizensbank.com](https://citizensbank.com)

# Potenciamiento de los clientes para que logren más cosas por sí solos

En nuestra era de tecnología omnipresente, los clientes cada vez se sienten más cómodos navegando, comprando e incluso resolviendo problemas por sí solos antes de recurrir a las marcas para obtener soporte. En lugar de interponerse en el camino de la independencia del cliente, las empresas pueden mejorar la experiencia mediante la automatización de los pasos del proceso, la eliminación de los obstáculos y el desarrollo de instancias de soporte fáciles de usar que optimicen el proceso y potencien a los clientes para que logren más cosas por sí solos.

## Datos complementarios

57 %

Cuando un cliente minorista está en línea y hay disponible una opción de autoservicio para ayudarlos, el 57 % de los clientes indican que normalmente probarán la opción de autoservicio antes de ponerse en contacto con atención al cliente.

[Retail Report, CFI Group and Radial, 2019](#)

“”

*“Las organizaciones de atención al cliente tienen que hacer que el autoservicio sea fácil y eficaz. Este debe conectar al cliente con la respuesta o resolución correcta. El autoservicio debe ofrecerse cuando el cliente está involucrado, comprende su contexto a cabalidad y está en el flujo de sus acciones dentro de la aplicación que está usando.”*

[Your Customers Want to Self-Serve—It’s Good For Them And Good For You, Forrester, 2019](#)

## Cómo se manifiesta esto

### Directly

#### Productos financieros adaptados a las etapas y objetivos de la vida de los compradores

En la colaboración con Directly, un proveedor de software, para automatizar la oferta de atención al cliente, Microsoft combinó a defensores de la marca humanos con inteligencia artificial para crear una experiencia de soporte al cliente más eficiente y autónoma. Mientras la IA entrenada se encarga de problemas más simples, los expertos en productos y servicios están libres para hacerse cargo de los problemas más complejos. Con un promedio de resolución de 2 millones de interacciones de soporte al cliente al año, el enfoque en el trabajador de Directly ha ayudado a Microsoft a aprovechar a los trabajadores que ya poseen capacitación y a escalar eficazmente sus equipos de soporte en los momentos críticos del año, lo que aporta valor para los clientes que buscan soluciones instantáneas. Este nivel de servicio autónomo ha conducido a Microsoft a alcanzar puntuaciones de satisfacción del cliente de más del 90 %, mientras que el 25 % de todos los problemas de Xbox ahora pueden resolverse automáticamente.

[Obtenga más información](#)

### Ethos

#### Machine learning optimiza las aplicaciones de seguros de vida

Ethos, una compañía de seguros dirigida a los consumidores, utiliza machine learning y análisis de macrodatos para reducir el tiempo y las molestias que los clientes toleran para contratar un seguro de vida. El seguro de vida tradicional se ofrece a los clientes a través de agentes, y todo el proceso puede tardar un promedio de 15 semanas, que a veces requiere que los clientes se hagan exámenes médicos y análisis de sangre exhaustivos. Para simplificar la experiencia, Ethos les pide a los clientes que se tomen unos minutos para llenar un cuestionario en línea, que luego se verifica con los registros médicos. Los datos personales se analizan de forma algorítmica con los patrones de macrodatos para producir varias cotizaciones de seguros, que los clientes pueden revisar y seleccionar en el navegador. Al optimizar el desarrollo de las cotizaciones, Ethos mejora el acceso a los seguros y guía a los clientes para que tomen decisiones informadas al elegir sus pólizas.

[ethoslife.com](https://ethoslife.com)

# Previsión de las necesidades de los clientes

A medida que las empresas aprovechan el software y los sistemas conectados, las herramientas de IA aprenden de los comentarios y el uso repetido para comprender mejor las necesidades y los objetivos del cliente. A través de este ciclo de rendimiento y retroalimentación, las experiencias basadas en IA evolucionarán desde la entrega de soporte reactivo hasta una oferta de servicio proactivo, que incluye la automatización de tareas periódicas, la prestación de asistencia Just in Time y la resolución de posibles inconvenientes antes de que se conviertan en problemas. Los clientes buscarán a las empresas que estén equipadas para administrar la experiencia del cliente de esta manera proactiva.

## Datos complementarios



*“Tradicionalmente hemos sido muy buenos en la generación de informes reactivos. Ahora, el gran ámbito que ha actuado como desencadenante para el análisis ha estado dentro del área de mantenimiento predictivo.”*

**Peter Wallin, arquitecto de soluciones de BI, Volvo Group**



Se espera que los análisis de recorrido de los clientes aumenten a casi USD 25,93 mil millones para el año 2026.

**Global Customer Journey Analytics Market Opportunities, Verified Market Research, 2019**



El mantenimiento predictivo que implica la IA puede producir una reducción del 10 % en los costos de mantenimiento anuales, hasta un 20 % de reducción del tiempo de inactividad y una reducción del 25 % en los costos de inspección.

**Smartening Up With AI, McKinsey, 2017**

## Cómo se manifiesta esto

### Lexmark

#### Previsión de las necesidades de los clientes a través de dispositivos conectados a la IoT y basados en la nube

El fabricante de impresoras y proveedor de servicios en la nube Lexmark combinó sus dispositivos conectados a la IoT con la plataforma de CRM basada en la nube de Microsoft, Microsoft Dynamics 365 Field service, para ofrecer una funcionalidad de servicio de campo conectado, lo que tuvo como resultado una oferta de soporte predictivo que permitió a los agentes de servicio de campo de Lexmark identificar problemas, resolverlos y entregar todas las piezas de repuesto necesarias al técnico correcto, a escala.

Al aprovechar Dynamics 365 para realizar seguimientos y analizar continuamente los datos de sus impresoras conectadas a la IoT (piense en el tiempo, la ubicación, los índices de uso y la estacionalidad), los equipos de Lexmark pueden utilizar las capacidades de modelado visual de Azure Machine Learning para crear un algoritmo que calcula el suministro de tóner y el tiempo de vaciamiento de una impresora, y así determinar a su vez el momento óptimo en que deben enviarse suministros de reemplazo al cliente, lo que valida una experiencia positiva para este.

[Obtenga más información](#)

### Marvis de Juniper Mist

#### Los motores de IA predicen y corrigen problemas de conectividad a Internet

El software de administración de red de Juniper Mist combina la IA y los macrodatos para corregir proactivamente los problemas en redes de Internet inalámbricas y cableadas locales. La empresa lanzó su motor de IA, Marvis, para realizar seguimientos del rendimiento de la red, resolver automáticamente los problemas de conectividad cuando sea posible y proporcionar a su equipo de TI un análisis de la causa raíz y sugerencias de los pasos a seguir cuando sea necesario. Al administrar la conectividad para empresas, organizaciones, espacios públicos e incluso redes automotrices de conducción autónoma, Marvis proporciona a sus clientes empresariales una experiencia de Internet más confiable y sin problemas.

[mist.com/juniper](https://mist.com/juniper)

# Pasos a seguir para mejorar la interacción con el cliente

- › Los clientes esperan que mantenga una vista completa de su proceso. Invierta en la unificación de perfiles de datos de los clientes para realizar seguimientos de sus experiencias completas e identificar sus obstáculos más comunes.
- › El proceso del cliente continúa sin importar el dispositivo que este use. Comprométase a desarrollar una experiencia sin problemas en todos los canales y a garantizar que las plataformas de datos de sus clientes operen desde un punto de vista omnicanal.
- › Los clientes se inclinan por los servicios que les facilitan la vida, y las marcas útiles se mantienen en un lugar prioritario. Integre las capacidades de IA en sus productos y sistemas, permitiéndoles aprender de las interacciones repetidas, personalizándolas en función de las interacciones del usuario y pronosticando las necesidades y los desafíos futuros.
- › Respete los conjuntos de habilidades de sus usuarios finales. Sin importar si se trata de consumidores minoristas, médicos de un hospital o encargados de la toma de decisiones corporativas, desarrolle interfaces fáciles de usar que les ayuden a lograr sus objetivos sin que deban dominar nuevos software.

# Pilar: Potenciamiento de los empleados

Sin importar si trabajan individualmente o son parte de un equipo, los empleados son el mayor activo de una empresa en el desarrollo de soluciones innovadoras y la entrega de un servicio excepcional. Sin embargo, estos trabajan mejor cuando se potencian mediante plataformas y herramientas digitales que automatizan las tareas tediosas, entregan información en tiempo real sobre los clientes y facilitan nuevas formas de colaboración. Al combinar la experiencia del empleado con un software ágil, las empresas liberan a los empleados para que centren su tiempo y esfuerzo en el pensamiento creativo y la resolución de problemas.



*“A medida que la IA ayuda a los líderes a abordar las tareas operativas de manera más eficaz, estos pueden cambiar de mejor manera su enfoque en el potenciamiento del personal. Esto significa confiar en las personas para que aborden los desafíos a su manera y asegurarse de que están equipadas para desempeñarse de la mejor manera. En resumen, los líderes pueden pasar de ser gerentes a ser movilizadores con más eficacia.”*

Michel van der Bel, presidente,  
Microsoft EMEA

## Habilitación de soluciones

- **Software de colaboración de realidad mixta:** las plataformas de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV) permiten a empleados de todos los equipos u oficinas iterar en conceptos, diseños y esquemas de productos en tiempo real.
- **Análisis de opinión:** el software de IA procesa datos de texto, voz y reconocimiento facial para ayudar a los empleados a entender mejor los estados emocionales de los clientes o compañeros de equipo y ajustar su curso de acción en consecuencia.
- **Asistencia remota en tiempo real:** los empleados pueden aprovechar las plataformas de transmisión de video cifradas y realidad aumentada para ver en primera persona lo que los clientes u otros empleados están experimentando y así proporcionar asistencia o solucionar problemas en el momento.



# Creación de perfiles completos de los clientes

Con el fin de cumplir con la personalización y el reconocimiento que los clientes esperan, las empresas deben invertir en la sincronización de los perfiles de los clientes y en herramientas sólidas de análisis de clientes, a las que puedan acceder los empleados desde cualquier plataforma y en cualquier etapa del proceso del cliente. Incluso cuando los clientes pasan de un agente a otro y en diferentes canales, esta vista completa del historial de cada cliente permite a los empleados de cada nivel de una organización tratar al cliente como una persona valiosa y garantizar que reciba una experiencia coherente con un toque personal.

## Datos complementarios

“”

*“Pienso en el crecimiento de nuestros clientes y en la necesidad de conocerlos en sus procesos individuales, con experiencias personales creadas sobre los datos y lo que conocemos. Cada proceso es único, y esos procesos ya no son lineales.”*

**Beth Johnson, CMO, Citizens Bank**

“”

*“El objetivo del uso de datos no es solo automatizar, sino realmente equipar [a los empleados] con herramientas e ideas que les permitan hacer cosas que de otro modo no podrían hacer.”*

**Brad Klingenberg, director de Algoritmos, Stitch Fix**

## Cómo se manifiesta esto

### AEP Energy

#### Los perfiles de clientes unificados crean una vista completa y una experiencia más personalizada

Para alinearse mejor con las crecientes expectativas de los clientes, la proveedora de soluciones de energía AEP Energy adoptó Microsoft Dynamics 365 Customer Insights, una solución de plataforma de datos de clientes. De esta manera, AEP Energy puede crear perfiles de clientes unificados al reunir fuentes de datos transaccionales que normalmente están aislados, como CRM y planificación de recursos empresariales, así como datos de comportamiento a través del uso real de un producto para crear una verdadera vista completa del cliente. Con una visión más detallada de un cliente, los equipos de atención al cliente de AEP Energy pueden ayudar a los clientes a entender mejor los diferentes productos y servicios que ofrece la empresa de energía, brindando así un servicio de consulta más personalizado. Mientras tanto, al combinar los perfiles unificados de los clientes con la IA, los agentes de AEP Energy pueden aplicar sus conocimientos al identificar qué clientes potenciales son más propensos a convertirse en clientes, así como qué cuenta existente respondería positivamente a un nuevo servicio de energía o quiénes están en riesgo de marcharse y necesitan mayor soporte de atención al cliente.

[Obtenga más información](#)

### Stitch Fix

#### Los mapas de estilo de los clientes informan las recomendaciones de los estilistas

El servicio de estilo personal en línea de Stitch Fix utiliza IA y machine learning para proporcionar a sus estilistas humanos información que mejore las recomendaciones que hacen a los clientes. Al analizar las preferencias de moda autoproclamadas de los compradores, así como su comportamiento de compra, Stitch Fix genera un mapa de estilo para cada cliente, compuesto por cientos de sugerencias de prendas de ropa. Los estilistas utilizan la información de estos mapas de estilo, así como sus propias relaciones personales con los compradores, para organizar envíos periódicos de nuevos productos para los clientes. Con la ayuda de los mapas de estilo integrales, el equipo de 3.000 estilistas de Stitch Fix puede personalizar el servicio para sus 3,2 millones de compradores.

[stitchfix.com](https://www.stitchfix.com)

# Optimización de la colaboración en cualquier momento y lugar

Los empleados se benefician del trabajo en conjunto, pero los momentos de cooperación y colaboración no necesariamente tienen que producirse en la misma habitación. Los servicios de comunicación vía streaming, los espacios de colaboración de realidad mixta y las plataformas de asistencia remota permiten que múltiples roles de una organización (desde representantes de servicio de campo hasta personal de ventas y expertos en la materia) trabajen juntos y cubran las diferencias de habilidades, ya sea que estén en la misma ubicación o que trabajen de forma remota. Estas soluciones impulsan la comunicación y la solución de problemas en tiempo real, acelerando los tiempos de implementación y resolución, al mismo tiempo que echan abajo las barreras departamentales.

## Datos complementarios

36 %

De los principales desafíos citados por los fabricantes que tienen el potencial de descarrilar las inversiones en soluciones inteligentes en el futuro, el 36 % citó que hay “diferencias de habilidades técnicas” que les impiden obtener beneficios de su inversión.

**Creating Lasting Value in the Age Of AI And IoT: Futureproofing Your Business, Intel, 2019**

50 %

Para el año 2022, más del 50 % de los proveedores de servicios de campo ofrecerán una experiencia de cliente digital que permite la interacción bidireccional y el inicio del flujo de trabajo a través de múltiples canales humanos y no humanos.

**Magic Quadrant for Field Service Management, Gartner, 2019**

## Cómo se manifiesta esto

### Chevron

**Las herramientas de RA permiten una colaboración optimizada en cualquier momento y lugar**

Para crear un entorno de trabajo confiable, seguro y colaborativo en cada una de sus instalaciones, la corporación de energía mundial Chevron utiliza Microsoft Dynamics 365 Remote Assist y HoloLens para mejorar el rendimiento de los empleados. Chevron introdujo HoloLens al observar el uso que sus empleados hacen de la tecnología, para garantizar que sus ingenieros puedan dedicar más tiempo al trabajo de valor agregado y alcanzar el siguiente nivel de digitalización. Para Chevron, HoloLens facilita dos servicios distintos: el primero de ellos es el de expertos remotos, donde la empresa puede ubicar a cualquier experto en cualquier lugar del mundo en menos de un minuto para que proporcione soluciones guiadas; y la inspección remota, donde los inspectores de Chevron pueden observar de forma remota la construcción y las operaciones dentro de cualquiera de sus instalaciones en tiempo real y sugerir actualizaciones o cambios de manera proactiva. Al ser capaces de transportar digitalmente a los expertos a áreas e instalaciones de difícil acceso en todo el mundo, los ingenieros de Chevron pueden simplificar y optimizar sus flujos de trabajo, al mismo tiempo que reducen los gastos en toda la empresa y mejoran los resultados de Chevron.

[Obtenga más información](#)

### Walgreens

**Los dispositivos portátiles conectan a los empleados con el soporte humano y la asistencia de IA**

La cadena de farmacias Walgreens equipó a sus empleados de la planta comercial con dispositivos portátiles que los conectan con su equipo de la tienda, así como con un asistente inteligente. Además de solicitar soporte adicional al personal, los vendedores de la tienda pueden interactuar con un asistente con tecnología de IA para tener acceso a información sobre el inventario de la tienda, la marca Walgreens y la experiencia del consumidor. Con los planes para implementar el asistente de voz en sus 9.560 tiendas, Walgreens conectará a sus empleados minoristas con su red empresarial, lo que permitirá que los equipos en tienda mejoren la experiencia de los clientes y pacientes.

[walgreens.com](http://walgreens.com)

# Integración de la asistencia inteligente dentro de los flujos de trabajo

Incluso los empleados mejor capacitados requieren apoyo adicional cuando se trata de lidiar con escenarios especialmente complejos. Las organizaciones están implementando software contextual para entender las necesidades del personal en el momento y conectarlas con los recursos para tener éxito. Las herramientas orientadas a los empleados, como la IA conversacional, pueden ofrecer información pertinente y análisis de opinión para resolver los problemas más rápidamente y evitar el escalado. Además, los programas y las herramientas de capacitación en tiempo real se pueden integrar directamente en los flujos de trabajo cotidianos, manteniendo a los agentes actualizados con relación a las características y los consejos más recientes a la vez que mejoran su rendimiento.

## Datos complementarios



En una encuesta realizada a más de 500 trabajadores, solo el 10 % de los encuestados consideraron que tenían el control con respecto a cómo utilizaban su tiempo en el trabajo.

[Workplace Communication Survey, RescueTime, 2018](#)

10 %

Los CIO automatizarán el 10 % de sus tareas de TI y buscarán mejorar las aptitudes de todos.

[Predictions 2020, Forrester, 2019](#)

## Pilar: Potenciamiento de los empleados



*“Nuestros clientes esperan que los llevemos a sus destinos de forma segura y a tiempo, con buen y mal tiempo. Es por eso que vamos a agregar una plataforma de machine learning a nuestra matriz de herramientas que trabajan en segundo plano para que los más de 80.000 empleados de Delta puedan resolver los problemas de manera más rápida y eficaz, incluso en las situaciones más desafiantes.”*

**Erik Snell, SVP de operaciones y centro de servicio al cliente, Delta**



*“El objetivo es agregar y digerir datos y, luego, crear información a partir de eso para ayudar a los humanos. La sala de control proporcionará información y predicciones, pero el humano tiene que tomar la decisión. A medida que los sistemas se vuelven más inteligentes, podemos pasar a la automatización completa por parte de la IA. Eso puede liberar a los humanos para que se centren en aquellos aspectos en que la IA no puede: las relaciones, la cadena de suministro o los problemas con los clientes, además de la administración de los trabajadores.”*

**Stuart Wong, gerente sénior de grupos, Advanced Remanufacturing and Technology Centre**

## Cómo se manifiesta esto

### KPMG

#### La asistencia inteligente integrada optimiza los flujos de trabajo

La organización de servicios profesionales KPMG trabajó con Microsoft para integrar la solución Microsoft Azure Cognitive Services en los flujos de trabajo de sus clientes financieros, para así ayudarles a automatizar las transcripciones y analizar las comunicaciones por fraude, tergiversación, filtraciones de datos y otros riesgos de cumplimiento. Al combinar el análisis de riesgos del cliente y varios componentes de Cognitive Services, como los servicios de voz, el análisis de texto y la comprensión del lenguaje para transcribir llamadas grabadas, detectar patrones de texto específicos y palabras clave, y marcar los riesgos de cumplimiento, KPMG ayuda a sus clientes a hacer frente a sus responsabilidades de cumplimiento y administrar el riesgo empresarial, con flexibilidad y precisión, a escala. Al transformar la velocidad con la que KPMG puede responder a las necesidades de cumplimiento de los clientes, la empresa ahora es capaz de ofrecer información útil en un plazo de dos a cuatro horas, lo que ayuda a los clientes a reducir el tiempo, el esfuerzo y el costo de la transcripción y el análisis de llamadas en hasta un 80 %.

[Obtenga más información](#)

### EmployBridge

#### Software de lenguaje natural mejora las llamadas telefónicas de atención al cliente

La empresa de dotación de personal industrial EmployBridge a diario se conecta por teléfono con los clientes y con los posibles postulantes a empleos, lo que enfatiza la necesidad de la empresa de contar con una interacción mediante servicio telefónico eficiente y de alto contacto. Para apoyar este objetivo, EmployBridge implementó un software de IA para entrenar a los empleados mediante el análisis de las llamadas de los representantes de la primera línea con los clientes. El programa de software como servicio aplica el procesamiento del lenguaje natural y la detección de tiempos muertos para determinar el nivel de satisfacción del cliente y dónde los agentes pueden tener brechas de conocimiento. Al identificar a los agentes con buen desempeño, el software puede replicar sus procedimientos recomendados entre otros empleados, al mismo tiempo que aumenta las llamadas en vivo con información que se puede usar para personalizar y mejorar la experiencia del cliente. El soporte telefónico aumentado permite que EmployBridge reduzca el tiempo de incorporación de los empleados nuevos, mejore el control de calidad de las llamadas telefónicas e identifique estrategias exitosas para implementar en toda la empresa.

[employbridge.com](http://employbridge.com)

# Pasos a seguir para potenciar a los empleados

- Tómese el tiempo para entender las necesidades y frustraciones específicas de cada departamento; si bien algunos departamentos necesitan ayuda para buscar en archivos y bases de datos, otros necesitan apoyo con las conversaciones que se producen en el momento. Integre las soluciones digitales adecuadas, como las búsquedas de bases de datos y las herramientas de procesamiento del lenguaje natural, para así abordar sus necesidades específicas.
- No olvide investigar también la mejor experiencia de usuario para las herramientas de los empleados. Si bien los equipos corporativos o de back-office prefieren contar una aplicación de escritorio, los empleados de campo y los distribuidores minoristas probablemente requieran dispositivos portátiles o de manos libres.
- Considere cómo las plataformas de soporte pueden ayudar a cubrir las diferencias de conocimientos. Ya sea al incorporar nuevos empleados o al brindar soporte en una situación especialmente compleja, la asistencia basada en IA puede reducir la dependencia constante del apoyo del personal sénior.
- Si bien muchas empresas admiten la colaboración remota o entre oficinas, no todo el mundo se toma el tiempo para ver qué herramientas digitales hacen que este trabajo sea más eficaz. Asegúrese de que las herramientas de trabajo remoto proporcionen la comunicación rápida, así como el tiempo presencial digital o los espacios virtuales necesarios para que los empleados creen juntos.
- Continúe supervisando y administrando la satisfacción de los empleados con las herramientas de apoyo digitales. Desarrolle relaciones estrechas con los proveedores de tecnología para asegurarse de que los empleados conozcan las capacidades completas de los productos y de que las actualizaciones del producto estén en consonancia con la retroalimentación y las necesidades de su empresa.



# Pilar: Optimización de las operaciones

La transformación digital no se trata simplemente de agregar más tecnología a las operaciones existentes. Requiere que las organizaciones vuelvan a visualizar sus modelos de negocio y reorganicen a las personas, la información y los procesos para acelerar la velocidad con la que hacen negocios y prevén nuevas oportunidades. Este enfoque requiere sistemas de datos y software con análisis e inteligencia integrados para potenciar la información compartida y las estrategias cohesivas en todos los departamentos, incluidos finanzas, fabricación, cadena de suministro, comercio minorista y distribución.



*“Con nuestros clientes, estamos observando los primeros signos de obtención de beneficios a través de la IA, los que se dan con mayor frecuencia a través de una mejor calidad del producto, de la producción y de la eficiencia de la cadena de suministro, así como de la eficacia de sus operaciones de servicio.”*

Chris Harries, director mundial de soluciones para la industria manufacturera, Microsoft

## Habilitación de soluciones

- **Infraestructura como servicio:** los sistemas proporcionan recursos informáticos virtualizados a través de Internet, lo que hace que la personalización sea menos dependiente en sitios de servidores físicos o software de alto proceso.
- **Desarrollo de código bajo:** las nuevas plataformas aprovechan los componentes que solo se deben arrastrar y soltar, y las interfaces gráficas de usuario permiten a los empleados con poca o nula experiencia en codificación programar aplicaciones para resolver necesidades no satisfechas. Las plataformas también son lo suficientemente sofisticadas como para apoyar a los desarrolladores profesionales en escenarios pertinentes.
- **Aplicaciones de open source:** el software de open source permite que el equipo inspeccione, supervise y contribuya al trabajo digital o de datos de los demás, acelerando el proceso de alineación, colaboración e innovación.
- **Fabricación on-demand:** incluso con el análisis de datos en tiempo real, las empresas deben actualizar sus procesos de back-end para actuar sobre información instantánea. La fabricación Just in Time reduce los tiempos de flujo de los sistemas de producción para así comercializar más rápido las ideas.
- **Análisis predictivo:** mediante el uso de técnicas como el modelado estadístico y machine learning, el análisis predictivo genera y refina las previsiones sobre los clientes, los mercados o las tendencias para que las empresas actúen.

# Eliminación de los silos organizacionales

En su evolución más allá de los silos de información, las organizaciones están adoptando soluciones flexibles basadas en la nube que les permiten unificar de forma segura sus sistemas y operaciones de datos. Esta estructura centralizada permite que los equipos internos y los socios externos trabajen juntos de manera más eficaz, compartiendo una visión única y confiable de los procesos, las relaciones y la información.

## Datos complementarios

80 %

Más de la mitad de las empresas planean disminuir el gasto en software local, mientras que el 80 % espera impulsar las inversiones en SaaS y en la nube pública.

[IT Spending Survey, Flextera, 2020](#)



Para finales del año 2019, más del 30 % de las nuevas inversiones en software de los proveedores de tecnología se habrán migrado de un entorno donde predomina la nube a uno que solo se encuentra en la nube.

[Forecast: Public Cloud Services, Worldwide, 2016-2022, 4Q18 Update, Gartner, 2019](#)

70 %

Para el año 2022, el 70 % de las organizaciones tendrán una estrategia formal en la nube.

[Formulate A Cloud Strategy In The Context Of Your Overall Strategy, Gartner, 2019](#)

## Pilar: Optimización de las operaciones



*“Las marcas que realmente luchan son aquellas que operan en línea y en tienda en silos, en sistemas que nunca se crearon con otros canales en mente. La clave de omnicanal es tener un sistema único para los omnidatos en tiempo real: inventario, clientes y pedidos.”*

**Stephan Schambach, fundador y director general, NewStore**



*“La transición a la nube no se trata solo de la nube. Las organizaciones que adoptan modelos operativos dinámicos basados en la nube se posicionan para la optimización de costos y una mayor competitividad.”*

**Ed Anderson, analista vicepresidente destacado, Gartner**

## Cómo se manifiesta esto

### Dr. Martens

#### **Eliminación de los silos organizacionales a través de una cadena de suministro conectada a la nube**

La emblemática marca de calzado británica Dr. Martens colaboró con Microsoft para reemplazar sus aplicaciones heredadas con Microsoft Dynamics 365 y evolucionar sus capacidades de comercio minorista y comercio electrónico para crear una experiencia de compra omnicanal. Al aprovechar Microsoft Power BI, Power Pivot y autoservicio para acceder instantáneamente a los datos en sus canales operativos y de clientes, los equipos de Dr. Martens ahora tienen las herramientas para tomar decisiones empresariales informadas. Desde el acceso instantáneo a datos de clientes exactos y almacenes virtuales que ofrecen visibilidad de existencias en tiempo real en todos los canales, el minorista de calzado es capaz de garantizar que se envíe la cantidad correcta de producto a la tienda correcta dentro de plazos más cortos, lo que reduce las posibilidades de que haya una cantidad excesiva o insuficiente de un producto en su red global y mejora las comunicaciones en la organización.

[Obtenga más información](#)

### Target

#### **El sistema de inventario optimizado hace que la reposición sea más eficiente**

La gran cadena de tiendas minoristas Target está desarrollando un nuevo sistema de planificación y control de inventario que permitirá una reposición más eficiente de las estanterías. El sistema podrá localizar el posicionamiento del inventario de forma más precisa en toda la cadena de suministro, lo que permitirá a Target reducir el exceso de inventario en los almacenes de la tienda y organizar mejor los envíos. Se espera que estos cambios minimicen las distancias que se deben recorrer para reponer los productos en las salas de ventas y que reduzcan la cantidad de horas que los empleados dedican a esta tarea.

[target.com](https://target.com)

# Habilitación de la agilidad operativa

El rápido ritmo de los negocios de hoy exige que las organizaciones tengan una infraestructura flexible de software y sistemas para acelerar y escalar sus operaciones. Las empresas están creando soluciones de datos y aplicaciones ágiles, como interfaces de código bajo y plataformas de open source que facilitan la respuesta a los cambios en el mercado, al mismo tiempo que invierten en tecnólogos para aprender nuevas habilidades y explorar soluciones creativas para mantenerse a la vanguardia.

## Datos complementarios

“”

*“[La adopción de SaaS, PaaS e IaaS] significa más estabilidad del sistema, escalabilidad a petición, mejor proyecto [retorno de la inversión] y elasticidad. Estos beneficios luego se filtran a nuestros clientes y miembros en forma de productos más rentables, procesamiento más rápido de las solicitudes y más innovaciones.”*

**Derek Scheepers, director de operaciones de TI, PPS**

☐

La mitad de los desarrolladores señalan que adoptaron o planean adoptar una plataforma de código bajo como parte de su flujo de trabajo.

**The State of Low-Code Platform Adoption, Forrester, 2019**

“”

*“Vemos open source como un impulsor importante de la innovación dentro de la comunidad de ingenieros.”*

**Julia Liuson, vicepresidenta corporativa de la división de desarrolladores de Microsoft**

## Cómo se manifiesta esto

### Toyota

#### Permitir la agilidad operativa al potenciar las soluciones desarrolladas por los empleados

Al asociarse con Microsoft, el fabricante de automóviles Toyota permitió a sus empleados de múltiples departamentos y disciplinas desarrollar sus propias aplicaciones, para así resolver de forma rápida y simple las ineficiencias cotidianas a través de un enfoque de código bajo/sin código. Con Microsoft Power Apps, los empleados se convirtieron en desarrolladores independientes, creando aplicaciones o personalizando las soluciones existentes de manera fácil para satisfacer sus necesidades, lo que ayuda a quienes se desempeñan en departamentos que van desde recursos humanos y hasta los departamentos de administración de las instalaciones a ahorrar en costos de materiales mediante la digitalización de los procesos manuales y la reducción del tiempo invertido en el ingreso manual de datos. Como una solución que permite a los empleados de Toyota adaptarse de manera rápida y eficiente, Power Apps proporciona un escape para que los empleados aborden las ineficiencias cotidianas específicas de su flujo de trabajo, a la vez que mejoran el rendimiento general y la velocidad de innovación en Toyota.

[Obtenga más información](#)

### Nutanix

#### Empleados que no son ingenieros codifican un software personalizado

En la empresa tecnológica Nutanix, la programación de código bajo es una prioridad estratégica. La organización capacita a ingenieros, ingenieros de red y otros expertos en infraestructura para realizar scripts y automatizar códigos, lo que les permite refinar su experiencia a medida que las operaciones migran más hacia la nube pública. La empresa también ha capacitado a ciertos empleados que no son ingenieros para que utilicen herramientas de código bajo para crear o mejorar sus flujos de trabajo. Nutanix espera que machine learning facilite a estos denominados “desarrolladores independientes” el desarrollo de sus propias soluciones digitales. Por ejemplo, el director de informática de la empresa espera que más de la mitad de las tareas de mesa de servicio se manejen mediante código generado por empleados desarrollado a través de machine learning.

[nutanix.com](https://nutanix.com)

# Refinamiento de las operaciones en tiempo real

Si bien las empresas alguna vez dependían de paneles con actualizaciones periódicas e informes mensuales para medir la eficiencia, las organizaciones actuales deben analizar la información y realizar ajustes operacionales continuamente. Con datos en tiempo real y herramientas como paneles y notificaciones en el momento, las empresas están armando a los responsables de la toma de decisiones clave con la capacidad de realizar ajustes operacionales en tiempo real, como la optimización los niveles de personal, la reasignación de recursos, la modificación de los diseños de productos y el ajuste del inventario.

## Datos complementarios

“”

*“Obtenemos datos [en tiempo real] que entran en nuestro centro de soporte. Podemos ver cada espresso que se prepara y podemos ver centralmente si hay una máquina que necesita ajustes o mantenimiento, lo que nos permite mejorar la calidad de las preparaciones.”*

**Kevin Johnson, director general, Starbucks**

“”

*“Como parte de nuestra transformación digital, estamos trabajando para poner más información en manos de nuestros empleados de primera línea, de modo que estén más conectados con los productos y los procesos, lo que nos brinda información que nos ayuda a mejorar continuamente en lo que llamamos enfoque centrado en el operador.”*

**Peter Stamp, director de sistemas de información, Alcoa**

## Cómo se manifiesta esto

### AccuWeather

#### Refinamiento de las operaciones en tiempo real a través de inteligencia con tecnología de IA

La empresa de meteorología mundial AccuWeather utiliza Microsoft Azure y Microsoft Dynamics 365 para obtener inteligencia relacionada con los patrones meteorológicos, proporcionar pronósticos precisos y oportunos, y potenciar las decisiones meteorológicas y empresariales en tiempo real. Para las empresas que confían en las soluciones empresariales personalizadas de AccuWeather, el servicio de pronóstico meteorológico puede proporcionar información sobre los posibles efectos de las tormentas y temperaturas a medida que se desarrollan, lo que ayuda a sus clientes a tomar decisiones más informadas y en tiempo real en sus cadenas de suministro en función de posibles interrupciones o cambios en los niveles de demanda. Además, al combinar el análisis predictivo con los datos de ventas de sus clientes, AccuWeather es capaz de aliviar los problemas de suministro estacionales en función del clima o de identificar el producto más buscado de un cliente dentro de patrones meteorológicos recurrentes, informando de las operaciones de la cadena de suministro con mayor impacto.

[Obtenga más información](#)

### IKEA

#### Las decisiones de la cadena de suministro en tiempo real reducen los desperdicios de las devoluciones

El minorista de artículos para el hogar IKEA está analizando los datos de la cadena de suministro en tiempo real para mejorar su proceso de administración de devoluciones, con el fin de reducir la sobrecarga de la empresa y el impacto ambiental. En 10 centros de distribución de IKEA y 50 ubicaciones minoristas, se usa el software de machine learning para enrutar el inventario devuelto y el exceso de inventario a la ubicación minorista óptima dentro de la red de la empresa. Al hacer ajustes en el momento a su logística inversa, IKEA reduce los desperdicios y costos operativos al mismo tiempo que canaliza el inventario a los canales de mayor valor del minorista.

[ikea.com](https://www.ikea.com)



# Previsión de futuros para garantizar el éxito

Las organizaciones de todas las industrias y tamaños confían en las predicciones: los minoristas predicen la demanda de los consumidores, las aseguradoras pronostican el riesgo y los médicos prevén los índices de presencia de las enfermedades por temporada. Las plataformas de análisis buscan conocimientos a partir de métricas tradicionales, como el rendimiento del negocio y del mercado, junto con nuevas fuentes de datos que incluyen las redes sociales y los comentarios de los clientes, para generar predicciones más sólidas que las empresas pueden usar para informar de las operaciones, guiar iniciativas estratégicas y liderar la innovación.

## Datos complementarios



Se espera que el tamaño del mercado de análisis predictivo global tenga un avalúo de USD 23,9 mil millones para el año 2025, registrando una tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de 23,2 % sobre el período de pronóstico.

**Grand View Research, Inc, 2019**



*“Aún no está generalizado, pero el próximo año veremos un cambio del análisis en tiempo real al análisis predictivo.”*

**Brian Solis, analista principal y futurista, Altimeter**



*“Ahora somos capaces de tomar decisiones estratégicas importantes sobre una base más informada. Los datos han tomado mayor validez, ya que ahora se formalizan en un sistema blindado en lugar de basarse en el conocimiento individual. Es increíble ver cómo esta nueva tecnología es capaz de optimizar y mejorar, hasta ahora, tareas que consumen mucho tiempo.”*

**Michael Bøgh Linde Vinther, director de planificación global de leche, Arla**

## Cómo se manifiesta esto

### Starbucks Deep Brew

#### Las recomendaciones personalizadas también predicen

Dentro de su aplicación móvil, la cadena de cafeterías Starbucks está utilizando la tecnología de aprendizaje de refuerzo para ofrecer a los clientes sugerencias de café personalizadas, que también informan la planificación del inventario en las ubicaciones locales de Starbucks. Starbucks utiliza la plataforma Azure de Microsoft para impulsar su iniciativa Deep Brew, que genera recomendaciones de alimentos y bebidas personalizadas basadas en la hora del día, los pedidos anteriores y factores contextuales como el clima. Este motor de recomendaciones también se utiliza para pronosticar la demanda de las tiendas de Starbucks locales, lo que afecta los inventarios y los pedidos de reposición, predice las necesidades de personal y prevé el mantenimiento de los equipos.

[starbucks.com](https://starbucks.com)

### Arla Foods

#### Cooperativa lechera usa la IA para mejorar las predicciones de producción de leche

La cooperativa lechera danesa Arla Foods utiliza software con tecnología de IA para estimar mejor la producción de leche en el futuro, teniendo en cuenta variables como cambios estacionales, aspectos geográficos y el número de agricultores que se convierten en nuevos tipos de leche. Antes de desarrollar el software, Arla calculaba manualmente sus predicciones con hojas de cálculo de Excel. Ahora, el pronóstico de Arla se puede completar en varias horas. Al estimar con varios meses de anticipación cuánta leche producirán 1,5 millones de vacas en sus 10.300 granjas, Arla puede administrar los pedidos de los proveedores y preparar sus instalaciones de procesamiento para llevar aproximadamente 200 millones de kilos de leche al mercado de manera más eficiente y sostenible.

[arla.com](https://arla.com)

# Pasos a seguir para optimizar sus operaciones

- > En los proyectos de misión crítica, enfóquese en la TI y en los recursos de datos.
- > Las herramientas predictivas y de respuesta son tan exitosas como la infraestructura de datos que las impulsa. Asegúrese de que los sistemas de administración de datos internos estén bien administrados y mantenidos, y de que los datos estén clasificados exhaustivamente.
- > Los análisis son inútiles sin acción. Asegúrese de que los departamentos pertinentes comuniquen, compartan y modifiquen sus planes y procesos en consecuencia.
- > Los comentarios periódicos son fundamentales para refinar las herramientas de optimización y predicción. Asegúrese de que los modelos algorítmicos se entrenen en bucles de retroalimentación sólidos.
- > Cree una cultura subyacente que respalde las pruebas, la integración y la implementación continuas, y potencie a los trabajadores para que desarrollen nuevos enfoques de creación y oferta de software.
- > Lo más probable es que cada empleado de su equipo sea un usuario de software empresarial. Permita que sus voces y comentarios sean escuchados por los ingenieros y los equipos de TI antes de hacer cambios o actualizaciones en toda la empresa.

# Claves para una transformación exitosa de la experiencia del cliente

## Soluciones creadas para la flexibilidad

- > Las organizaciones deben buscar sistemas de software y aplicaciones que puedan satisfacer sus necesidades y objetivos actuales, a la vez que permitan que la flexibilidad se adapte a las prioridades cambiantes.
- > La solución correcta establece un entorno de datos, comunicación y aplicaciones que facilita la evolución y expansión de las operaciones empresariales existentes, al mismo tiempo que se introducen tecnologías que permiten a los usuarios crear soluciones a problemas para los que actualmente no existe ninguna.

## Negocios sin silos

- > Las operaciones unificadas permiten que grupos dispares trabajen en conjunto de manera más eficaz con una vista única y confiable de los procesos, las relaciones y los datos.
- > Este enfoque ayuda a eliminar las redundancias, a la vez que garantiza que toda la organización y sus socios clave tengan acceso a las herramientas y la información correctas para desempeñarse en un nivel óptimo.

## Decisiones basadas en información práctica

- > Las interacciones con los clientes se producen en tiempo real. Es imprescindible conocer completamente cada proceso único para personalizar la experiencia y satisfacer las necesidades en el momento.
- > Las organizaciones deben transformar su modelo de capacidad de respuesta reactivo a uno proactivo. Esto requiere tener acceso a los datos correctos y poder hacer las preguntas adecuadas para prever el cambio y planificar en consecuencia.

## Servicio y soporte siempre disponibles

- > En un mercado global, en ningún momento se dejan de hacer negocios. Las organizaciones deben contar con soluciones para satisfacer esta mentalidad de disponibilidad permanente.
- > Aprovechar las herramientas de IA como chatbots, asistentes de voz e información personalizada, puede permitir interacciones sin fricción las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

## Automatización para acelerar las sinergias y la innovación

- > La automatización de procesos robóticos (RPA), la IA y otras soluciones no solo aportan velocidad y eficiencia, sino que ofrecen el potencial de expandir las capacidades operativas. Una fuerza de trabajo híbrida aporta nuevas capacidades que pueden ofrecer la próxima innovación revolucionaria.
- > La automatización inteligente permite a los empleados automatizar las tareas repetitivas, manuales y prolongadas de sus roles, para poder enfocarse en un trabajo más estratégico y de valor agregado para la organización.

# Acerca de Microsoft Dynamics 365

Dynamics 365 es un conjunto de aplicaciones empresariales inteligentes que ayuda a negocios de todos los tamaños a aprovechar los datos para impulsar una mayor demanda, organizar experiencias de comprador personalizadas, forjar relaciones a escala y tomar decisiones basadas en información en todo el proceso del cliente. Este potente conjunto de herramientas ofrece un sistema integrado que proporciona información útil a todos los empleados de línea de negocio y de la primera línea relevantes de su organización. Al llevar Dynamics 365 a la caja de herramientas de su organización, descubrirá la información predictiva y reactiva que puede ayudar a los equipos de ventas a diseñar la experiencia ideal de un cliente.

[Solicite una demostración en vivo](#)

# Acerca de PSFK

PSFK es la plataforma de inteligencia empresarial líder en el mundo para la innovación en el comercio minorista y el acompañamiento de la experiencia del cliente. En la verticalidad de cada industria importante, ayudamos a las marcas más progresivas a identificar y aprovechar las nuevas oportunidades de experiencia del comprador mediante una combinación de informes de tendencias, eventos inmersivos, contenido rico en información, talleres de ideación y servicios de investigación on-demand.

## **Piers Fawkes**

Presidente y fundador  
[piers.fawkes@psfk.com](mailto:piers.fawkes@psfk.com)  
+1 646.520.4672

## **Scott Lachut**

Presidente de investigación  
y estrategia  
[scott.lachut@psfk.com](mailto:scott.lachut@psfk.com)  
+1 646.520.4672

## **PSFK**

2 Hartsook Lane,  
Beacon, NY 12508  
[psfk.com](http://psfk.com) | [@psfk](https://twitter.com/psfk)