

**MBA**

Dirección de marketing integral y marketing digital

# IA Transformando la Experiencia del Cliente

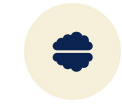
Clase 7

*"La excelencia no se improvisa"*

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

# Agenda y Ruta de Aprendizaje

Tu mapa para dominar la transformación de la experiencia del cliente con IA



## IA & Experiencia del Cliente

Fundamentos, diferencias CX vs UX y su integración



## Omnicanalidad & Hiperpersonalización

Experiencias consistentes y adaptadas con IA



## Customer Journey Map & Chatbots

Mapeo inteligente y asistentes virtuales avanzados



## Análisis Predictivo & Métricas

Lead scoring, análisis de sentimientos y KPIs



## Aplicaciones B2B y B2C

Estrategias diferenciadas y casos de éxito



## Ética, Tendencias y Recursos

Privacidad, futuro de IA en CX y recursos con IA

*"La verdadera inteligencia artificial no reemplaza las relaciones con los clientes; las amplifica, profundiza y las vuelve extraordinarias."*  
— Experto en Transformación Digital

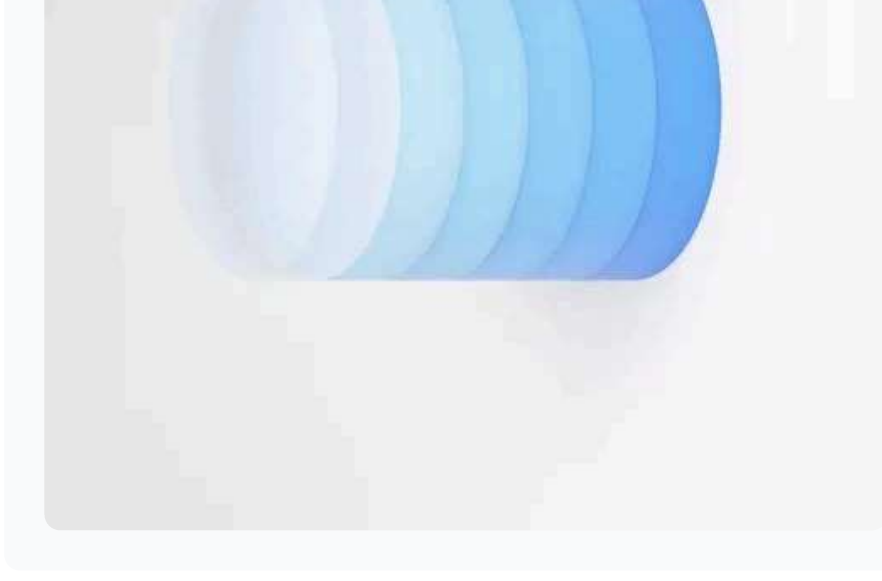
# ¿Por qué la IA es el gran motor de la experiencia del cliente?

## Rol transformador:

La Inteligencia Artificial actúa como el motor que potencia la experiencia del cliente moderna al analizar grandes volúmenes de datos, predecir comportamientos, personalizar interacciones y automatizar procesos, todo en tiempo real y a escala imposible para métodos tradicionales.

## Capacidades clave:

- **Hiperpersonalización:** Experiencias únicas para cada cliente basadas en sus preferencias y contexto
- **Predicción y anticipación:** Anticipar necesidades antes de que el cliente las exprese
- **Consistencia omnicanal:** Experiencia fluida a través de todos los canales y touchpoints
- **Escalabilidad:** Atención personalizada a millones de clientes simultáneamente



## La IA en acción por industria:



### Retail

Recomendaciones de productos en aumentan ventas cruzadas hasta un



### Salud

Chatbots que triangulan síntomas espera en un 40%



### Banca

# Diferencia clave: CX vs UX



## Customer Experience (CX)

La experiencia total con la marca

Conjunto de todas las percepciones e interacciones que un cliente tiene con una empresa a lo largo del tiempo y a través de todos los puntos de contacto.

### Características distintivas:

- ✓ Holística: Abarca todos los canales y departamentos
- ✓ Longitudinal: Cubre todo el ciclo de vida del cliente
- ✓ Estratégica: Impacta toda la organización

### La IA en CX

La IA potencia la CX al analizar datos de todos los puntos de contacto, personalizar cada interacción y predecir necesidades futuras, creando una experiencia coherente a lo largo de todo el customer journey.



## User Experience (UX)

La interacción con el producto

La experiencia específica que tiene un usuario con un producto o servicio digital particular, enfocada en el uso y satisfacción.

### Características distintivas:

- ✓ Específica: Centrada en un producto o interfaz
- ✓ Técnica: Enfocada en usabilidad y funcionalidad
- ✓ Táctica: Mejora los puntos de interacción

### La IA en UX

La IA mejora la UX al adaptar interfaces en tiempo real al comportamiento del usuario, simplificar interacciones complejas y facilitar experiencias intuitivas y personalizadas.

"UX es la puerta, CX es toda la casa"



# Omnicanalidad: Consistencia sin Fronteras

## Definición:

Estrategia que proporciona una experiencia de cliente integrada, fluida y consistente a través de todos los canales de interacción, ya sean digitales o físicos, eliminando las barreras entre puntos de contacto y construyendo una única narrativa coherente de la marca.

## Beneficios clave:

- **Experiencia fluida:** El cliente continúa su journey sin interrupciones entre canales
- **Mayor satisfacción:** Aumento de hasta 25% en índices de lealtad del cliente
- **Visión 360°:** Comprensión holística de cada interacción y preferencia
- **Incremento en ventas:** Clientes omnicanal gastan 30% más que los monocal

## El rol de la IA como orquestador:

La inteligencia artificial actúa como el "cerebro central" que coordina, personaliza y optimiza la experiencia del cliente a través de todos los canales:

- 🔄 Sincronización de datos en tiempo real
- 📍 Geolocalización inteligente
- 🔄 Memoria contextual entre interacciones
- 👤 Reconocimiento de cliente unificado



## O2O (Online to Offline) con IA:

- Web & Mobile
- Redes Sociales
- Email

### Caso práctico: Telecomunicaciones

Un cliente configura un plan móvil online, chat, programa una visita a tienda median chat, vendedor ya conoce su historial e intereses completando la activación con reconocim

*"En el mundo hiperconectado de hoy, los consumidores ya no piensan en canales, piensan en soluciones. La omnicanalidad no es una opción, es una necesidad de mantenerse relevante."*

# Hiperpersonalización en acción



## ¿Qué es la hiperpersonalización?

Más allá de la personalización tradicional

Estrategia que utiliza inteligencia artificial y análisis avanzado de datos para crear experiencias únicas y altamente individualizadas en tiempo real para cada cliente, basadas en su comportamiento, preferencias y contexto específico.

## ¿Cómo lo hace la IA?

- 📊 **Análisis masivo de datos:** Procesamiento de millones de puntos de datos históricos y en tiempo real
- 👤 **Microsegmentación:** División de audiencias en segmentos ultraespecíficos basados en comportamiento
- ⚡ **Tiempo real:** Adaptación instantánea al contexto, ubicación y comportamiento actual
- 🔗 **Aprendizaje continuo:** Refinamiento del modelo con cada interacción del usuario

### Beneficios comprobados

**+28%**

Tasa de conversión

**+33%**

Valor promedio compra



## Ejemplos en acción

Casos reales de implementación



### E-commerce

Las plataformas combinan datos de navegación actualizados, compras, temporada, tendencias, inventario y hasta clima para crear recomendaciones dinámicas en tiempo real.

Factores que analiza la IA:

- Historial de compras
- Ubicación geográfica
- Hora del día
- Productos vistos
- Clima local
- Dispositivo usado



### Educación online

Plataformas de aprendizaje adaptativo que personalizan contenidos y recursos según el estilo de aprendizaje, ritmo de aprendizaje y comprensión del estudiante.





Caso: Un estudiante que avanza rápido en matemáticas pero tiene dificultades en gramática recibe material adicional avanzado para la primera materia y videos explicativos para la segunda.

# Customer Journey Map con IA

## ¿Qué es?

Un Customer Journey Map (CJM) asistido por IA es una representación visual avanzada del recorrido completo del cliente, desde la primera interacción hasta la fidelización, potenciada por algoritmos que analizan patrones, identifican puntos de fricción y revelan oportunidades de mejora en cada touchpoint.

## Cómo la IA potencia el journey mapping:

-  **Recopilación y análisis masivo de datos**  
Integración automática de interacciones digitales, CRM, encuestas y redes sociales
-  **Segmentación dinámica**  
Clustering avanzado para identificar patrones de comportamiento no evidentes
-  **Análisis de sentimientos**  
Detección automática de emociones en cada touchpoint para comprender la experiencia subjetiva
-  **Predicción de comportamiento**  
Anticipación de necesidades y momentos críticos para intervención proactiva

### Ejemplo: Banca Digital



### Resultados con IA en Banco Digital

**64%**

Reducción de abandono en onboarding

Aum

"Los mapas tradicionales te muestran el estado tus clientes. Los mapas con IA te muestran el estado dónde quieren ir, incluso antes de que sepan."

# Chatbots & Asistentes Virtuales Inteligentes



## El poder de los asistentes digitales

Transformando la atención en tiempo real

Los chatbots y asistentes virtuales son programas basados en IA que simulan conversaciones humanas para ofrecer atención al cliente inmediata, personalizada y escalable 24/7.

### Tecnologías de IA que utilizan:

- ✓ Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP): Comprenden consultas en lenguaje natural y contextos conversacionales
- ✓ Machine Learning: Mejoran continuamente basados en interacciones previas
- ✓ Sistemas de reconocimiento de intención: Identifican lo que el cliente realmente necesita

### Transformación de la experiencia

**67%**

Reducción en tiempo de respuesta

**24/7**

Disponibilidad constante

**35%**

Aumento en resolución en primer contacto

**73%**

Clientes prefieren autoservicio



## Casos de éxito

Empresas transformando su CX con asistentes

### BBVA - Asistente Blue

Chatbot que procesa más de 500,000 consultas mensuales en productos bancarios con un 87% de efectividad, escalando a humanos cuando es necesario.

### Airbnb

Asistente virtual que resuelve el 43% de consultas de reservas sin intervención humana, aumentando la satisfacción un 24%.

### Zendesk AI

Plataforma que procesa intención y emociones para generar respuestas en 160+ idiomas, reduciendo costos en hasta un 20%.

### Ejemplo de interacción

¡Hola! Soy Nova, tu asistente virtual. ¿En qué puedo ayudarte hoy?

Necesito cambiar mi reserva del viernes

# Lead Scoring Predictivo

## ¿Qué es?

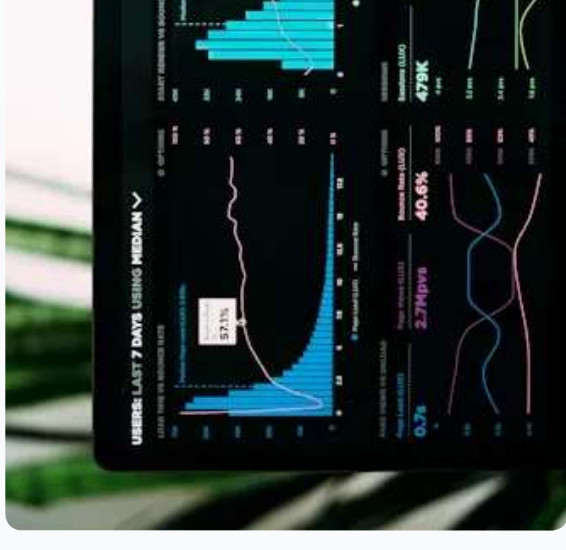
Una técnica avanzada que utiliza inteligencia artificial y machine learning para predecir la probabilidad de que un lead se convierta en cliente, asignando una puntuación basada en múltiples variables y comportamientos analizados algorítmicamente.

## Factores que evalúa la IA:

- 1 Datos demográficos: Edad, ubicación, ingresos, tamaño de empresa o cargo (B2B)
- 2 Comportamiento digital: Páginas visitadas, tiempo en sitio, descargas, aperturas de email
- 3 Participación: Interacciones con la marca, engagement en redes, asistencia a webinars
- 4 Similitud con clientes actuales: Patrones comparados con clientes exitosos previos

## ¿Cómo funciona con IA?

Los algoritmos de machine learning analizan patrones históricos de conversión, identifican correlaciones ocultas entre variables y ajustan automáticamente la importancia de cada factor según los resultados, mejorando continuamente la precisión del modelo predictivo.



## Ejemplos por industria:



**Sector Automotriz**  
IA analiza patrones de navegación por simulaciones de financiamiento realizados para priorizar leads con 8x reduciendo el costo de adquisición en



**Sector Seguros**  
Modelos predictivos evalúan eventos hijos, compra de vivienda) y calculan para identificar leads de alto valor. Los cualificados por IA cierran 3.2x más por



Resultados comprobados  
**+65%** Tasa de conversión  
**-38%** Tiempo de ciclo

# Análisis de Sentimientos en la Voz del Cliente



## ¿Qué es y cómo funciona?

Tecnología que descubre emociones en la voz del cliente

Proceso mediante el cual algoritmos de IA analizan y clasifican las emociones expresadas en texto, voz o interacciones del cliente, identificando si son positivas, negativas o neutras.

## Funcionamiento con IA:

- ✓ Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP): Descompone textos en unidades analizables
- ✓ Machine Learning: Aprende patrones emocionales de miles de ejemplos
- ✓ Análisis contextual: Interpreta sarcasmo, ironía y expresiones culturales

## Ejemplo de clasificación

"El servicio fue terrible y el personal poco amable."

Negativo: 85%

Neutral: 12%

Positivo: 3%

"La habitación era espaciosa pero el desayuno estaba frío."

Negativo: 35%

Neutral: 55%

Positivo: 10%

"¡Excelente experiencia! Definitivamente volveré."

Negativo: 0%

Neutral: 8%

Positivo: 92%



## Aplicaciones Prácticas

Casos de uso en retail y hotelería



### Retail

#### Monitoreo de Reseñas de Productos

Analiza miles de opiniones para identificar aspectos es durabilidad) que generan sentimientos positivos o negativos

92% precisión

+18% satisfacción

#### Análisis de Redes Sociales

Monitorea en tiempo real menciones de marca, detecta tendencias positivas para ajustar estrategias de marketing

Alertas instantáneas

-35% tiempo de respuesta



### Hotelería

#### Personalización del Servicio

Analiza comentarios anteriores para personalizar la experiencia recurrentes según sus preferencias expresadas, mejorando

+40% fidelización

+22% ingresos por habitación

#### Mejora Operativa Continua

Identifica aspectos específicos generadores de insatisfacción (servicio) permitiendo tomar acciones correctivas inmediatas

-48% quejas recurrentes

+3.2 puntos NPS

# Personalización Dinámica: El futuro del marketing

## Definición:

La personalización dinámica es la capacidad de adaptar en tiempo real el contenido, productos, ofertas y experiencias para cada cliente individualmente, basándose en su comportamiento actual, historial previo, preferencias y contexto específico.

## Cómo la IA lo hace posible:

- **Análisis en tiempo real:** Procesamiento instantáneo de comportamiento y contexto
- **Algoritmos predictivos:** Anticipación de preferencias antes de expresarlas
- **Optimización continua:** Aprendizaje y mejora con cada interacción

## Caso práctico: StreamFlix

Plataforma de streaming que utiliza IA para personalización avanzada de contenidos:

- 1 Análisis de visualizaciones previas y comportamiento de navegación
- 2 Identificación de patrones y preferencias por géneros, actores, directores
- 3 Adaptación en tiempo real de la página de inicio según momento del día

Resultado: +27% visualizaciones completas y -32% abandono de plataforma



## Sistema de recomendación pers



Comprador frecuente de tec  
Ve primero: Nuevos lanzamientos

# IA en el B2B vs B2C



## Business to Consumer (B2C)

Enfocado en el cliente final

### Características en IA:

- ✓ Alta personalización: Basada en comportamiento individual y preferencias
- ✓ Tiempo de respuesta: Inmediatez y disponibilidad 24/7
- ✓ Análisis emocional: Enfoque en sentimientos y satisfacción

### Desafíos específicos:

- > Alto volumen de interacciones a gestionar
- > Mantener balance entre automatización y toque humano
- > Privacidad del consumidor y gestión de consentimiento

### Ejemplos de aplicación:

Sephora

IA para recomendación de productos con análisis facial

Netflix

Algoritmos de recomendación personalizada de contenido



## Business to Business (B2B)

Enfocado en clientes corporativos

### Características en IA:

- ✓ Complejidad analítica: Datos de múltiples influenciadores
- ✓ Personalización empresarial: Adaptación a industria y compañía
- ✓ Ciclos más largos: Soporte en proceso de d

### Desafíos específicos:

- > Integración con sistemas legacy empresariales
- > Requisitos de seguridad y compliance más estrictos
- > Necesidad de ROI demostrable y medible

### Ejemplos de aplicación:

IBM

IA para optimización de cadenas de suministro

Salesforce Einstein para oportunidades

*"En logística, la IA no distingue entre B2B o B2C; distingue entre experiencias que fluyen y experiencias que frustran. La verdadera innovación recorridos sin fricción, independientemente de quién sea tu cliente."*

— Director de Transformación Digital, DHL

# Casos de Éxito y Ejemplos

Marcas líderes que están revolucionando la experiencia del cliente mediante aplicaciones innovadoras de inteligencia artificial, logrando mayor engagement, personalización y eficiencia en sus operaciones.

## Starbucks Loyalty App

Sistema de recomendación Deep Brew que personaliza ofertas basadas en historial de compras, patrones de comportamiento e incluso condiciones climáticas.

Aprendizaje de refuerzo

Análisis predictivo

IA conversacional



## Nike

Nike Fit utiliza visión computacional para escanear los pies en 3D y recomendar la talla perfecta. Nike App adapta recomendaciones por preferencias y actividad física del usuario.

Computer vision

Modelado 3D

IA predictiva

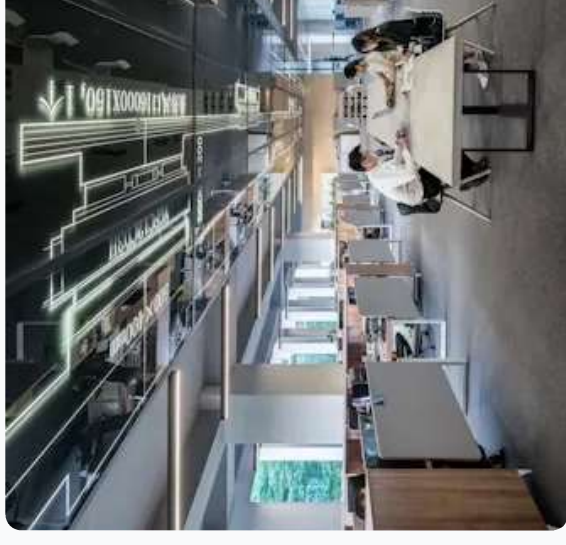
## Walmart

Implementa IA para gestión predictiva de inventario, asistentes virtuales para atención al cliente y personalización de la experiencia de compra omnicanal.

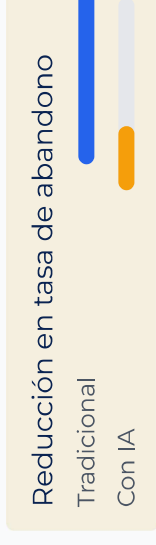
Cadena de suministro IA

Chatbots inteligentes

Análisis de comportamiento



## Beneficios de IA en Retail



Factores de éxito comunes:

- ✓ Integración de datos multicanal
- ✓ IA enfocada en problemas específicos
- ✓ Equilibrio entre automatización y toque humano

# Herramientas de IA y plataformas líderes

## Servicio al cliente & CRM

### Zendesk

IA

Plataforma de servicio al cliente con chatbots impulsados por IA que automatizan hasta el 70% de consultas rutinarias y escalan a agentes humanos cuando es necesario.

Chatbots

Análisis de tickets

### IBM Watson Assistant

IA

Asistentes virtuales empresariales con comprensión de lenguaje natural avanzada, integrable en múltiples canales. Reduce tiempos de respuesta hasta un 90%.

NLU avanzado

Multicanal

### Salesforce Einstein

IA

Capa de IA integrada en todo el ecosistema Salesforce. Optimiza el ciclo de vida del cliente y predice necesidades con análisis predictivo.

Lead scoring

Recomendaciones

## E-commerce & Retail

### Shopify

Integra IA para personalización de productos, recomendación de productos y optimización de listados. Aumenta hasta un 25% en ventas.

Recomendaciones

Segmentación

### SAP Customer Experience

Enfocado en B2B, integra datos ERP con CX para crear experiencias personalizadas y omnicanal con visibilidad completa del cliente y su historial.

B2B

Integración ERP

### Adobe Experience Cloud

Suite que incluye Adobe Sensei (IA) para crear, gestionar y analizar experiencias personalizadas a escala en cualquier canal.

Personalización

Omnicanal

Selección de plataforma según objetivos:

Servicio al cliente

Ventas y marketing

Omnicanalidad

# Métricas Clave para Evaluar Experiencia del Cliente

Las métricas de experiencia del cliente permiten cuantificar las percepciones subjetivas, identificar áreas de mejora y medir el impacto de las inversiones en CX. Con la IA, estas métricas ahora pueden analizarse en tiempo real, predecir comportamientos y correlacionar factores antes imposibles.



## Net Promoter Score (NPS)

Evalúa la probabilidad de recomendación en escala 0-10. NPS = % Promotores (9-10) - % Detractores (0-6). Predice crecimiento y lealtad del cliente.



## Customer Satisfaction Score (CSAT)

Mide satisfacción inmediata tras interacciones específicas. CSAT = (Respuestas satisfactorias / Total respuestas) x 100. Ideal para touchpoints concretos.



## Customer Effort Score (CES)

Evalúa la facilidad de interacción. ¿Qué tan fácil fue resolver su problema? en escala 1-7. Predice mejor la lealtad que la satisfacción aislada.



## Customer Lifetime Value (CLV)

Valor económico total del cliente a lo largo de su relación. CLV = Valor promedio compra x Frecuencia x Margen x Tiempo. La IA eleva su precisión predictiva.

## Importancia relativa por industria



Análisis basado en estudios de KU

## La IA potencia las métricas

- ✓ Análisis en tiempo real de todas las
- ✓ Identificación de correlaciones ocultas
- ✓ Predicción de cambios en la satisfacción que ocurren
- ✓ Recomendaciones automáticas de

"En seguros, medimos cada interacción para saber si el cliente realmente importa. La IA nos permite predecir la confianza del cliente antes de que sea demasiado tarde."

# Ética, Privacidad y Desafíos en la IA para CX



## Pilares de la Ética en IA

Fundamentos para una IA responsable

### Transparencia

El cliente debe saber cuándo interactúa con IA y cómo se utilizan sus datos. Las decisiones automatizadas deben ser comunicadas claramente.

### Explicabilidad

Los resultados y decisiones de la IA deben ser interpretables y explicables para evitar la percepción de "caja negra".

### Equidad y Mitigación de Sesgos

Prevenir la amplificación de sesgos existentes en conjuntos de datos históricos que puedan discriminar a ciertos segmentos.

### Consentimiento Informado

Obtener consentimiento explícito del cliente para recopilar datos y utilizar IA en procesos que les afecten directamente.

### Cumplimiento Legal

Adherencia a normativas como GDPR, CCPA u otras leyes locales de privacidad y protección de datos.



## Desafíos y Estrategias

Cómo superar los retos éticos

### Desafíos principales:



**Hiperpersonalización vs. Privacidad**  
Equilibrar la experiencia personalizada con el derecho a datos personales.



**Automatización vs. Toque Humano**  
Determinar cuándo la IA debe ceder paso a la intervención humana para mantener confianza y empatía.



**Gestión del Consentimiento**  
Implementar sistemas que faciliten la gestión de preferencias y eviten el olvido.

### Mejores prácticas:

- ✓ Auditoría periódica de algoritmos e IA
- ✓ Formación ética del equipo de Data Science
- ✓ Políticas claras de uso y retención de datos
- ✓ Monitoreo continuo para detectar sesgos emergentes

*"La confianza digital es la nueva moneda del mercado. Sin ella, no hay experiencia del cliente a largo plazo."*

— Director de Ética Digital, Sector Financiero

# Tendencias Emergentes y Futuro de la IA en CX

## Horizonte 2025-2030:

La inteligencia artificial está evolucionando rápidamente, y para 2025-2030 veremos una transformación radical en cómo las empresas interactúan con sus clientes. Las tendencias emergentes van mucho más allá de la personalización básica, hacia experiencias prácticamente predictivas y omniscientes.



### Hiperpersonalización Omnipresente

Cada aspecto de la experiencia del cliente se adaptará dinámicamente a nivel individual, anticipando necesidades antes de que el cliente mismo las reconozca. Los algoritmos aprenderán continuamente y evolucionarán con cada interacción.



### Reconocimiento Emocional Avanzado

Las tecnologías de reconocimiento facial, voz y biométrico podrán detectar estados emocionales sutiles en tiempo real, ajustando la comunicación y experiencia en función del estado anímico del cliente, tanto en entornos físicos como digitales.



### Engagement Predictivo Contextual

Los sistemas de IA analizarán patrones de comportamiento a largo plazo, factores externos (clima, eventos, tendencias) y comportamiento colectivo para predecir



Tecnologías más disruptivas:

- Gemelos digitales de clientes
- Asistentes IA autónomos
- Experiencias inmersivas

## Frases Motivadoras de Distintas Industrias

Inspiración multisectorial sobre la transformación de la experiencia del cliente mediante IA



*"Si cada análisis de datos de tus clientes cuenta una historia, ¿estás escuchando lo suficiente para conocer el final?"*

Director de Experiencia del Cliente

Retail



*"La inteligencia artificial no reemplaza la inteligencia financiera; la complementa haciendo que cada cliente se sienta como el único en un mar de millones."*

VP de Innovación Digital

Banca



*"En salud, cada interacción es un latido de confianza. La IA nos permite escuchar cada uno de ellos, incluso los más silenciosos."*

Directora de Experiencia del Paciente

Salud



*"El mejor profesor del mundo será humano, pero con la IA a su lado, atender las necesidades de cada uno si fuera el único en el aula."*

Decano de Innovación Educativa













*"La verdadera disrupción no está en algoritmos inteligentes, sino en cambios tan intuitivos que el cliente olvide la tecnología detrás."*


Chief Experience Officer

*"La IA sin empatía es como un libro sin historia; puede leer la falta de alma. El secreto está en combinar la inteligencia emocional."*

# Recursos Complementarios Web

16 recursos seleccionados para profundizar en IA y experiencia del cliente

 <h3>Chatbots y asistentes virtuales</h3> <p>Análisis detallado de cómo los chatbots y asistentes virtuales están transformando la atención al cliente, con ejemplos prácticos y mejores prácticas de implementación.</p> <p><b>Web</b></p>	 <h3>Transformando la experiencia del cliente</h3> <p>Harvard Business Review explora cómo la transformación de la experiencia del cliente en diferentes industrias y sectores</p>
 <h3>Hiperpersonalización</h3> <p>McKinsey analiza el valor estratégico de la hiperpersonalización y cómo las empresas líderes están implementando estrategias personalizadas a escala.</p> <p><b>Web</b></p>	 <h3>Determinar qué productos es probable que compre</h3> <p>Guía sobre análisis predictivo aplicado al comportamiento de compra de técnicas y algoritmos para predecir la próxima compra del cliente.</p>
 <h3>Experiencias personalizadas</h3> <p>Salesforce presenta estrategias y tácticas para crear experiencias de cliente personalizadas que aumentan la satisfacción y la lealtad del cliente.</p> <p><b>Web</b></p>	 <h3>Insights en tiempo real</h3> <p>Gartner explica cómo el análisis en tiempo real está revolucionando las decisiones de marketing y la experiencia del cliente.</p>
 <h3>B2C como B2B</h3> <p>Comparativa entre los enfoques de experiencia de cliente en entornos B2C y B2B, con estrategias aplicables a ambos contextos.</p> <p><b>Web</b></p>	 <h3>What's the difference between CX and UX</h3> <p>Nielsen Norman Group explica las diferencias fundamentales entre la experiencia del cliente (CX) y experiencia del usuario (UX), con ejemplos prácticos.</p>
 <h3>Herramientas de IA y ejemplos tangibles</h3> <p>Catálogo de herramientas de inteligencia artificial de IBM Watson para mejorar la experiencia del cliente.</p> <p><b>Web</b></p>	 <h3>Casos de implementación exitosa de IA omnicanal</h3>

 Todos estos recursos incluyen hipervínculos activos. Haz clic en cada título para acceder al recurso original.

# Glosario Esencial

Términos clave para dominar la IA aplicada a la experiencia del cliente



## Customer Experience (CX)

Percepción general que un cliente tiene de una empresa a lo largo de todas sus interacciones y puntos de contacto, desde el conocimiento inicial hasta el soporte posterior a la compra. La CX se centra en cómo se siente el cliente en cada etapa del viaje.

*Appier, 2024*



## User Experience (UX)

Se centra en la interacción específica de un usuario con un servicio digital. La UX abarca todos los aspectos del uso del usuario final con la empresa, sus servicios y productos, como la usabilidad, accesibilidad, eficiencia y satisfacción.

*Hassenzahl & Tractinsky, 2006*



## Hiperpersonalización

Estrategia que utiliza datos y análisis avanzados para ofrecer experiencias aún más individualizadas y relevantes a cada cliente, superando la personalización masiva con ofertas y contenido adaptados en tiempo real a las preferencias y contexto del cliente.

*Guendouz, 2024*



## Customer Journey Map (CJM)

Herramienta visual que representa el proceso que un cliente experimenta al interactuar con una empresa, desde el primer contacto hasta el postventa, incluyendo todos los puntos de contacto, canales, pensamientos y emociones.

*Qualtrics, 2024*



## Omnicanalidad

Estrategia que busca proporcionar una experiencia de cliente integrada y consistente a través de todos los canales de interacción, tanto online como offline. La omnicanalidad integra todos los puntos de contacto en una experiencia unificada.

*Josimovski et al., 2023*



## Lead Scoring Predictivo

Técnica que utiliza la IA y el machine learning para evaluar la probabilidad de conversión de un lead en cliente potencial basándose en demográficos, firmográficos y de comportamiento, asignando leads más calificados.

*Adobe, s.f.*



“ El conocimiento de estos conceptos es la base para transformar las relaciones con los clientes mediante la inteligencia artificial.”