



# Profundiza más

## Recurso de Profundización

### Caso de Estudio: HomeTech Solutionsi

#### Situación inicial:

HomeTech Solutions, una empresa dedicada a la venta de dispositivos inteligentes para el hogar decidió implementar un sistema CRM basado en IA para mejorar su gestión de relaciones con clientes. Sin embargo, se encontraron con varios desafíos que afectaron su capacidad para maximizar el uso de esta tecnología.

#### Desafíos identificados:

##### 1. Privacidad y seguridad de datos:

HomeTech Solutions recopilaba grandes volúmenes de datos sobre sus clientes para personalizar su experiencia. Sin embargo, surgieron preocupaciones sobre la protección de esos datos. Después de recibir una queja sobre el uso indebido de información personal, la empresa tuvo que invertir \$50,000 en medidas adicionales para garantizar la seguridad y cumplir con regulaciones como el GDPR (Shah & Murthi, 2020).

##### 2. Integración de sistemas:

Al intentar integrar su nuevo CRM basado en IA con su sistema existente de gestión de inventarios y ventas, HomeTech Solutions encontró incompatibilidades técnicas. Esto llevó a retrasos en la implementación y costos adicionales de \$30,000 debido a la necesidad de contratar consultores externos para resolver los problemas (Miklošik et al., 2019).

##### 3. Resistencia al cambio:

Muchos empleados mostraron resistencia a usar el nuevo sistema CRM, prefiriendo seguir con los métodos tradicionales que conocían. La dirección tuvo que implementar un programa intensivo de capacitación y comunicación que costó \$20,000 para ayudar a los empleados a adaptarse al nuevo sistema (Li, 2022).

##### 4. Calidad de los datos:

Durante el proceso inicial, HomeTech Solutions se dio cuenta de que el 25% de sus registros eran incompletos o inexactos, lo que afectaba la efectividad del sistema IA para hacer recomendaciones personalizadas. La empresa tuvo que dedicar \$15,000 a limpiar y validar sus datos antes de poder aprovechar completamente las capacidades del CRM (Huang & Rust, 2020).



# Profundiza más

## 5. Equilibrio entre automatización y toque humano:

Aunque el sistema automatizaba muchas interacciones con los clientes, algunos usuarios expresaron frustración por no poder hablar directamente con un representante cuando tenían problemas complejos. HomeTech Solutions tuvo que ajustar su enfoque para incluir más interacciones humanas en situaciones críticas, asegurando que los clientes sintieran que sus necesidades eran atendidas adecuadamente (Hussain et al., 2023).

### Resultados:

Después de enfrentar estos desafíos durante seis meses, HomeTech Solutions logró implementar exitosamente su sistema CRM basado en IA. Aprendieron a gestionar mejor sus datos, integraron sus sistemas correctamente y equilibraron la automatización con el contacto humano. Como resultado:

- La tasa de apertura de emails aumentó del 15% al 28%.
- La tasa de conversión subió del 2% al 5%.
- La satisfacción del cliente mejoró significativamente, reflejada en un aumento del Net Promoter Score (NPS) a +40.