

# Mejores Prácticas con Chatbots: La Lista Definitiva para Maximizar el Éxito

## ¿Qué son los Chatbots?

Los chatbots son herramientas fundamentales para las empresas que reciben altos volúmenes de contactos de sus clientes. Estos robots conversacionales, que utilizan Inteligencia Artificial, te permiten automatizar interacciones repetitivas de manera efectiva, optimizar el soporte al cliente y proporcionar un excelente servicio las 24 horas del día, los 7 días de la semana, al tiempo que te ayudan a ahorrar en recursos operacionales.

## ¿Por qué necesitas un Chatbot?

### 24\*7

Según los consumidores, el beneficio #1 de los chatbots es el soporte 24/7. ([ThriveMyWay](#))

### 68%

De los consumidores les gustan los chatbots porque proporcionan respuestas rápidas. ([ThriveMyWay](#))

### 75-90%

De las solicitudes serán manejadas por chatbots. ([Juniper Research](#))

### \$8 mil millones

Serán ahorrados al año por las empresas gracias a los chatbots. ([Juniper Research](#))

### 800 millones

De usuarios en más de 190 países utilizarán chatbots para diversas actividades. ([OnPassive](#))

## Las 12 Mejores Prácticas con Chatbots

- Comprende quiénes son tus clientes**  
 Identifica claramente cuál es tu público objetivo; quiénes son las personas que más se comunican con tu Servicio al cliente, sus edades, nivel de educación, intereses, preferencias, hábitos, ambiciones, desafíos, etc.
- Establece objetivos para tu chatbot**  
 En función de las solicitudes que normalmente recibes en tu contact center, define qué casos de uso se pueden automatizar con tu chatbot.
- Elige la plataforma más adecuada**  
 Selecciona qué canales de comunicación digital son los más adecuados para incluir a tu chatbot, teniendo en cuenta tu público objetivo, y selecciona la plataforma que te permita desarrollarlo de forma rápida, autónoma y eficiente.
- Ofrece la mejor experiencia de usuario**  
 Simplifica las interacciones del chatbot. Esta será una herramienta de atención al cliente, por lo que cuanto más intuitiva sea, mejor.
- Estar siempre disponible**  
 Una de las ventajas de los chatbots es que siempre están disponibles en cualquier momento. Y cuando todavía no saben la respuesta, remiten a su cliente a un asistente humano. Si ya no son horas laborales, guardan la solicitud para que los clientes puedan ser contactados más tarde.
- Considera las preguntas más frecuentes**  
 Utiliza el chatbot para gestionar las solicitudes más repetitivas y fáciles de resolver y de esta forma optimizar el trabajo de tu equipo de atención al cliente.
- Añade otros elementos visuales**  
 Complementa tus flujos de conversación con imágenes y tutoriales en vídeo. Ciertos temas serán mucho más fáciles de entender para tu cliente y hará que tu chatbot sea más dinámico y atractivo.
- Integra la plataforma de IA conversacional con tus sistemas**  
 Puedes automatizar innumerables casos (solicitudes de documentación, pagos, etc.) integrando tu chatbot con las plataformas de tu empresa. De esta manera, no necesitas involucrar a tus asistentes del contact center y tus clientes obtienen lo que necesitan de inmediato.
- Recopila información sobre tus clientes**  
 Uno de los roles más esenciales de tu chatbot es recopilar datos de tus clientes, sean potenciales o reales. Con información como la edad, la localización y los productos que les interesan, puedes optimizar tus estrategias de marketing y crear ofertas personalizadas para cada tipo de perfil.
- Haz recomendaciones personalizadas**  
 Aprovecha al máximo los productos que tus clientes han comprado para recomendar otras oportunidades adecuadas que puedan interesarles.
- Pon a tu cliente en el centro**  
 Pide opiniones a tus usuarios. Descubre qué tan satisfechos están con tu marca y con la solución que ofreces, ya sea mediante CSAT (puntuación de satisfacción del cliente) o NPS (puntuación neta del promotor). Averigua las fortalezas y debilidades de las interacciones del chatbot y utiliza esas opiniones para mejorar los flujos de conversación.
- Sigue mejorando**  
 Utiliza los innumerables intercambios de mensajes para aumentar la base de conocimientos de tu chatbot. Analiza las métricas de tu plataforma de IA conversacional para mejorar la forma en que proporcionas información a tus clientes.