VSRENTABILIDAD

Asistente para empresas

Dinámico y eficaz. El Asistente Virtual resolverá las dudas del usuario mediante un uso sencillo e intuitivo

¿Y si pudiera aumentar las ventas... y reducir los costes?

Sin duda la aparición de Internet ha sido un gran avance en la sociedad actual que se caracteriza por la proliferación de nuevos modelos de relación personal y profesional, además de proporcionarnos acceso a una gran cantidad de información y recursos. No obstante, esta cantidad de información y la consecuente dificultad organizativa provoca que los usuarios se sientan desbordados. El cliente recurre a "ayuda extra", puesto que normalmente tiende a la mayor comodidad.

Ahorre costes y personal generando ventas

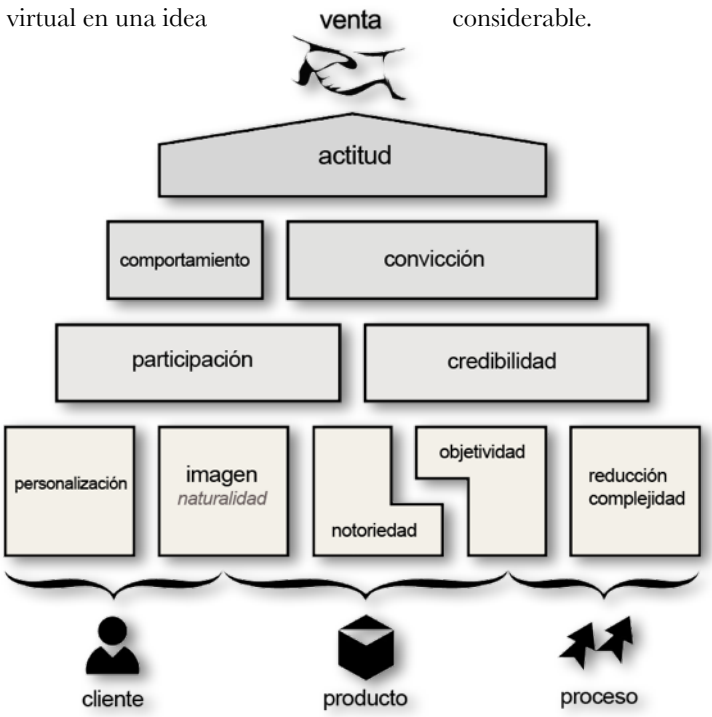
Esta es una razón por la que actualmente, las empresas especializadas en servicios de Call Center han visto aumentar sus costes de operación y buscan en soluciones online de tipo 24x7.

Hasta el 85% de sus clientes por 0,02 €

Según un estudio realizado por Cisco, una simple respuesta mediante el uso de correo electrónico supone un ahorro del 23% en personal y material frente a la utilización de una línea de atención telefónica y **una respuesta desde la web podría llegar a alcanzar el 80% de ahorro**. Pero, ¿Y si pudiera aumentar las ventas a la vez que ahorro en costes?

Eficacia rentable
Convicción + actitud = venta

Recientes estudios (Nielsen / Net Ratings) afirman que los mayores inhibidores de compra online son la ausencia de placer, interacción e información directa. El cliente se siente inseguro y poco guiado, sobretodo en procesos de compra de productos complejos o desconocidos. Por este motivo, **entre el 65% y el 75% de los consumidores que inician un proceso de compra online no llegan a finalizarlo**, lo que nos hace perder potenciales clientes. Según Childers, prestigioso investigador de Iowa State University, la mejor y más efectiva herramienta para la finalización de la compra es mejorar su experiencia. Una forma de hacerlo es aumentar valores esenciales como son el entretenimiento, la información y la satisfacción. Dicho aumento puede conseguirse actualmente con el uso de avatares. Gracias a los asistentes virtuales se consigue un diálogo abierto, natural y personalizado con el usuario 24 horas al día. Además, permiten aumentar de forma considerable la percepción de objetividad y credibilidad así como la sensación de calidad hacia la marca y con ello, la intención de compra. Todo esto convierte la integración de un asistente virtual en una idea considerable.



VS Business
Gracias a los asistentes virtuales se consigue un diálogo abierto, natural y personalizado con el usuario 24 horas al día.

Estudios de mercado indican que en la actualidad la integración de un asistente virtual se puede rentabilizar de forma rápida gracias a la reducción de costes en personal y material así como con el aumento de ventas que se derivará de la menor pérdida de clientes online. El usuario cuenta ahora con un servicio ad hoc de tipo 24x7, con atención inmediata, es decir, sin esperas y sin costes adicionales tanto para el usuario como para la marca. Garantiza también un alto nivel de notoriedad y diferenciación con la competencia y aporta una imagen de marca más sofisticada, novedosa y tecnológica.

Casos de éxito

Encontramos numerosos casos de éxito de empresas que han decidido integrar un avatar en sus páginas web: CocaCola, Ford, Telefónica, Caja Madrid, Sara Lee, Mapfre, Universidad de Granada, El Corte Inglés, BBVA, Carrefour, Iberia, La Caixa, Gas Natural, ING Direct, etc. Analicemos a continuación un caso de éxito en España con alta proyección internacional.

Elvira, Asistente Virtual de la Universidad de Granada, cumple su primer año de trabajo. Su implantación en la web fue totalmente pionera convirtiéndose en el primer asistente universitario de España. Gracias a su efectividad, rapidez y facilidad de uso, Elvira ha obtenido excelentes resultados y el reconocimiento de los usuarios.

Ha superado las 115.000 preguntas, ha sido visitada por más de 33.000 usuarios de 105 países y 996 ciudades desde todos los continentes. Además, su uso está creciendo de forma exponencial habiendo recibido un 70% de nuevas visitas en el último trimestre. Los principales temas solicitados han sido: Matrícula, estudios, preinscripción, notas de corte y servicios de la universidad.

Elvira sintetiza el futuro de la comunicación y la atención al cliente, ha sido aceptada y extensamente utilizada convirtiéndose en una eficaz herramienta de comunicación para alumnos y profesores. Actualmente ya son varias las universidades que se encuentran en proceso de integración de un Asistente Virtual.

Elvira

Asistente Virtual implantado en la Universidad de Granada. 12 meses después de su integración, Elvira ha superado las **115.000 preguntas** y ha sido utilizada desde **996 ciudades** de todo el mundo