

LA HUMANIZACIÓN GRACIAS A LAS AI EN EROSKI

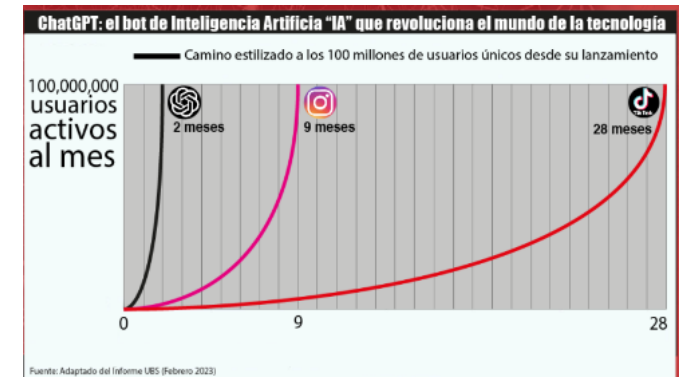
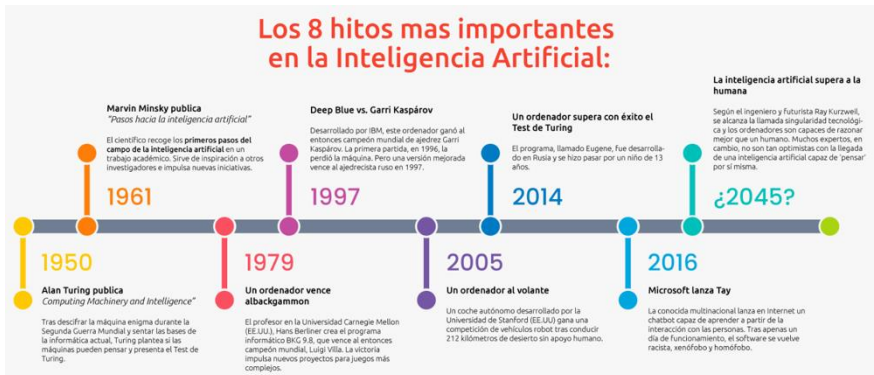




2 MIN

CORRER O VOLAR EN EROSKI

- 1. Ventaja Competitiva:** Adoptar IA rápidamente puede proporcionar una ventaja competitiva significativa, permitiendo a las empresas responder más rápido a las demandas del mercado y a las expectativas de los clientes.
- 2. Innovación Continua:** Las empresas que implementan IA están mejor posicionadas para innovar y adaptarse a los cambios tecnológicos y de mercado.
- 3. Eficiencia y Reducción de Costos:** La IA puede reducir costos operativos al optimizar recursos y procesos, lo que es crucial en un entorno competitivo.

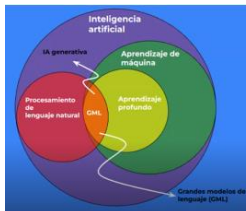


IA Generativa: nuestra idea



APLICACIONES PRÁCTICAS EN EROSKI

1. **YA EN IMPLANTACIÓN DINAMICS 365 CON COPILOT COMO CRM Y CTI EN EL SAC.**
2. **DIFUSIÓN A TODA LA PLANTILLA DEL USO DE COPILOT.**
3. **Optimización de la Cadena de Suministro:** La IA permite analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, optimizando la gestión de inventarios, previendo la demanda y mejorando la eficiencia operativa.
4. **Automatización de Procesos:** La IA facilita la automatización de tareas repetitivas, lo que reduce errores humanos y agiliza los procesos logísticos.
5. **Mejora en la Toma de Decisiones:** Con algoritmos avanzados, la IA ayuda a tomar decisiones más informadas y precisas, mejorando la planificación y la coordinación entre departamentos



IA Generativa: nuestra idea



2 MIN



Nuestro plan es explorar las posibilidades de la IA generativa en un doble plano:

- a) Como herramienta general en el puesto de trabajo
- b) Como herramienta para mejorar los resultados en casos de uso concretos

Nuevo cliente



- El cliente es cada vez más **exigente**.
- Observa, analiza, compara y elige.
- Tiene más **información** que nunca hasta ahora había tenido, y, por tanto, no acepta, ni permite errores.
- Es un cliente muy **cambiante**, que evoluciona, y se siente totalmente condicionado por las circunstancias de su entorno.
- Más digitalizado, más **sensible**, más concienciado que nunca, y que necesita referentes en los que confiar para algo tan importante como la forma de alimentar a su familia.
- El reto es ser **consistentes** en el modo de prestar servicios de atención de forma duradera, y crear valor en los momentos que más les importan a nuestros clientes, especialmente cuando tiene un problema. Actuar con transparencia y sinceridad. En definitiva, **hacerle la vida más fácil**.

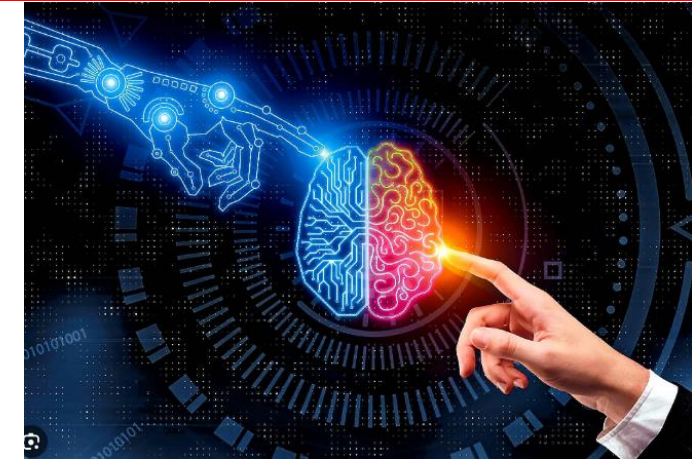


La tecnología y la eficiencia



2 MIN

1. Debemos tener en cuenta que nuestros clientes se mueven en un mundo intercomunicado donde la **inmediatez** es esencial.
2. Tenemos que conseguir hacer del dato un elemento que nos permita diseñar experiencias **hiperpersonalizadas**, interacciones fluidas y eficientes, y adaptadas a las necesidades del cliente en cada momento.
3. Da igual el canal por el que nos contacte o decida acceder a nosotros. Nuestra comunicación con él debe ser **identificable y reconocida**.
4. Y para actuar de forma homogénea, necesitamos las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, que nos permitan actuar en todo momento conociendo mejor los **sentimientos y deseos** del cliente gracias a una gestión mucho más eficaz de los datos.
5. Necesitamos la eficiencia porque todos los ahorros que conseguimos en costes, los volcamos en una **posición de precio más adaptada** a las dificultades de nuestro cliente.



IA Generativa: nuestra idea



IA Generativa y Humanización del Trato con el Cliente

- 1. Personalización del Servicio:** La IA generativa puede analizar las preferencias y comportamientos de los clientes para ofrecer experiencias personalizadas y relevantes.
- 2. Interacción Natural:** Los chatbots y asistentes virtuales basados en IA generativa pueden interactuar de manera más natural y humana, mejorando la satisfacción del cliente.
- 3. Resolución Rápida de Consultas:** La IA generativa permite resolver consultas de clientes de manera rápida y eficiente, liberando tiempo para que los empleados se enfoquen en tareas más complejas y de mayor valor añadido.
- 4.** La IA nos permite identificar **la calidez de las conversaciones** para poder aplicar protocolos diferentes en caso de necesitarlo





1. La **omnicanalidad** es algo ineludible para cualquier empresa. Hemos saltado de la multicanalidad, a poner al cliente en el centro de la estrategia.
2. Los canales e interacciones forman parte de la información que manejamos para **adaptarnos** mejor a lo que necesita.
3. Con la IA generativa estamos capacitando a las personas para que puedan ofrecer el mejor servicio. Un **servicio a la medida** de su expectativa, y en el tiempo en que nos lo demanda.
4. La IA nos permite **adelantarnos y adaptarnos** a sus necesidades para que su experiencia con EROSKI sea coherente y unificada.





1. Estrategia

¿Qué queremos lograr?

Visión y Misión: Cómo la IA encaja con lo que la empresa quiere **ser y hacer**.

Objetivos: Qué esperamos conseguir con la IA, como hacer las cosas más **rápido**, **ahorrar** dinero o mejorar la **atención** al cliente.

2. Procesos

¿Dónde la vamos a usar?

Procesos Actuales: Identifica qué hacemos ahora que podría mejorar con la IA.

Necesidades: Qué necesita cada proceso y cómo la IA puede ayudar.

3. Plan de Despliegue

¿Cómo lo vamos a hacer?

Fases: Divide el plan en partes más pequeñas, como una prueba inicial, luego expandir y finalmente optimizar.

Capacitación: Asegúrate de que todos sepan usar las nuevas herramientas de IA.

Cambio: Ten un plan para manejar cualquier resistencia y hacer la transición lo más suave posible.

4. Medición del Impacto

¿Está funcionando?

KPIs: Define indicadores para medir si la IA está dando resultados.

Revisión: Haz revisiones periódicas para ver cómo va y ajustar lo necesario.

1. Es incuestionable
2. En exploración la aplicación al negocio
3. Es necesario contar con un plan
4. Combinación de tecnología, organización y personas
5. No exenta de riesgos

La transformación



- Debemos desarrollar **competencias** que contribuyan a que seamos más ágil, más flexible. Caminar hacia una **cultura transformadora**, eficiente y orientada al logro colectivo.
- Verificar con velocidad el efecto de nuestras acciones en nuestros clientes. **Probar, errar, corregir y volver a probar**, de forma continua hasta acertar. En el futuro triunfaremos los que **aprendamos rápido**. Y para aprender no hay mejor estrategia que **escuchar al cliente e interpretarle**. Y en ello, **la IA nos puede ayudar en las conclusiones más movilizadoras**.
- Cambiar la cultura y migrar de un rol de denuncia y petición a convertir al SAC en **agente del cambio humanizando** el servicio con la mirada puesta en emociones y sentimientos.
- **Libertad y tranquilidad** para tratar bien. **Equilibrio** adecuado. Personalización.
- Identificación, **fuentes**, idiomas, rutas, escalados.



El futuro en cuanto AI generativa y relación con el cliente final



- **Es hoy.** El presente ya lo necesita, luego el futuro....Es una realidad. La IAG tiene el potencial de revolucionar la forma en que las empresas innovan y crean. Al generar contenido, ideas y soluciones de manera autónoma, las empresas pueden acelerar sus procesos de desarrollo y ofrecer productos y servicios más rápidamente.
- Predictividad. **Anticipativos.** Análisis de preferencias y comportamientos. El futuro de la IAG no se trata solo de reemplazar a los humanos, sino de colaborar con ellos. Las empresas que encuentren el equilibrio adecuado entre la inteligencia artificial y la inteligencia humana podrán aprovechar lo mejor de ambos mundos, creando sinergias que impulsen el crecimiento y la innovación.
- Uso pragmático del dato. Una base de conocimiento más **homogéneo**. Evitar sesgos en los datos. La capacidad de la IAG para analizar grandes volúmenes de datos y generar respuestas personalizadas permite a las empresas ofrecer experiencias de cliente altamente personalizadas. Esto puede mejorar significativamente la satisfacción y la lealtad del cliente, ya que cada interacción se siente única y relevante.





- **Agilidad. Adaptación** a cambios tecnológicos. Las empresas que adopten la IAG estarán mejor preparadas para adaptarse a los cambios del mercado y a las disrupciones tecnológicas. La capacidad de la IAG para aprender y evolucionar permite a las empresas ser más resilientes y responder rápidamente a nuevas oportunidades y amenazas. Y tener una mayor capacidad de **interpretación**. Contextos.
- **Sostenibilidad y Seguridad.** Transparencia en los algoritmos. A medida que las empresas integran la IAG, también deben enfrentar desafíos éticos y de seguridad. Es crucial garantizar que los algoritmos sean transparentes y justos, evitando sesgos y discriminación. Además, la protección de datos y la privacidad deben ser prioridades para mantener la confianza de los clientes y cumplir con las normativas legales.



ESKERRIK ASKO
MUCHAS GRACIAS

