



1. PROYECTO DE INTERVENCIÓN - TIPO CONSULTORIA

**REESTRUCTURACIÓN DE LA ASESORIA DE VENTAS DEL CANAL E-COMMERCE
POR LOS CANALES DIGITALES**

JORGE MAURICIO VANEGAS ACEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

UNIVERSIDAD CATOLICA LUIS AMIGÓ

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PRACTICA II

ASESOR: JAIME ALBERTO BELTRAN RIOS

MEDELLIN

2. INTRODUCCIÓN

2.1. Introducción:

Actualmente, la tecnología juega un papel muy importante en la manera en que las empresas interactúan con sus clientes. Los chatbots, en particular, han comenzado a ser parte primordial de la atención al cliente por medio de las redes sociales, proporcionando respuestas instantáneas y asistencia 24/7. Sin embargo, la implementación y el funcionamiento de estos sistemas no están exentos de desafíos. Problemas como la incomprensión de las consultas del cliente, respuestas inadecuadas o la falta de personalización pueden impactar negativamente la experiencia del usuario, disminuyendo su satisfacción y confianza en la marca.

El presente trabajo de grado se enfoca en la mejora de un chatbot existente con el objetivo de mitigar diversos problemas y, en última instancia, optimizar la experiencia del cliente. A través de una serie de mejoras tecnológicas y ajustes en el diseño del chatbot, este proyecto busca abordar las deficiencias observadas y proporcionar una solución más eficiente y satisfactoria para los usuarios. Se explorarán diversas estrategias, incluyendo la integración de inteligencia artificial avanzada, el uso de datos de retroalimentación del cliente y la personalización de las interacciones, para lograr un servicio más intuitivo y efectivo.

2.2. Abstract:

Currently, the technology plays a very important role in the way companies interact with their customers. Chatbots, in particular, have started to become a primary part of customer service through social networks, providing instant responses and 24/7 assistance. However, the implementation and operation of these systems are not without challenges. Problems such as misunderstanding of customer queries, inadequate responses or lack of personalization can negatively impact the user experience, decreasing their satisfaction and trust in the brand.

This degree work focuses on the improvement of an existing chatbot with the objective of mitigating various problems and ultimately optimizing the customer experience. Through a series of technological improvements and adjustments to the chatbot design, this project seeks to address the observed shortcomings and provide a more efficient and satisfying solution for users. Various strategies, including the integration of advanced artificial intelligence, the use of customer feedback data and the personalization of interactions, will be explored to achieve a more intuitive and effective service.

3. FORMULACIÓN DEL ANTEPROYECTO.

3.1. Información del contexto corporativo.

3.1.1. Identificación de la empresa:

900.411.781-2

3.1.2. Descripción de la empresa:

Fajas MyD es una empresa familiar dedicada a la fabricación y comercialización de textiles, en especial de prendas posquirúrgicas y de uso diario, como lo son las Fajas, Shorts, Cinturillas, Leggings, Brasieres entre otros.

3.1.3. Nombre:

C.I FAJAS MYD COLOMBIA SAS

3.1.4. Ubicación:

CALLE 8 SUR 50 FF 47, Guayabal, Medellín, Antioquia, Colombia.

3.1.5. Actividad:

fabricación y comercialización de prendas de uso diario.

3.1.6. Reseña histórica de la empresa:

La empresa Colombiana C.I. FAJAS MYD COLOMBIA S.A.S, ubicada en el barrio guayabal, Medellín, Antioquia como su sede principal y lleva más de 17 años en el mercado dedicándose a la comercialización nacional e internacional de prendas posquirúrgicas y de uso diario, como lo son las Fajas, Short, Leggings, Brasieres entre otros.

La empresa nace de la mano de la Señora Miriam Gómez, que en ese entonces tenía un taller pequeño en barrio estadio, por el sector de Colombia, en donde se dedicaba hacer arreglos de modistería y confeccionaba algunas prendas de vestir para sus clientes más fieles.

Un día llegó una de sus clientes, la cual se había hecho un procedimiento quirúrgico estético y en ese entonces casi no existían empresas que se dedicaban a la fabricación y comercialización de fajas, entonces le pidió el favor a la Señora Miriam, de que, si le podía fabricar una faja para su recuperación, que ella conseguía la tela y solo fuera fabricar, a lo que ella dijo que, si y desde ese momento fue tan buena la prenda, con su calidad y diseño que se convirtió en su especialidad.

Gracias a este suceso y al voz a voz que genero con sus clientes, comenzó a crecer de una manera significativa, puesto que le toco contratar más confeccionista para que le pudieran ayudar con la fabricación de las fajas, pues la demanda de estas era muy alta. Hasta el día de hoy ya cuenta con más de 500 empleados a nivel nacional, y donde está catalogada como la marca

número 1 en fabricar y comercializar fajas a nivel nacional y teniendo un gran reconocimiento a nivel mundial, en países como Estados Unidos, México, Ecuador, Venezuela, Honduras, Holanda, Indonesia, entre otros.

En la actualidad la empresa se vio inmersa en la necesidad de implementar herramientas tecnológicas con el fin de facilitar los procesos tanto internos de la compañía como externos, que son aquellas herramientas en donde se ven implicados nuestros clientes. Por eso es por lo que se ha planteado un proyecto de intervención, lo cual ayudara a mejorar la atención de nuestros clientes desde antes de la compra y posventa también.

3.1.6.1. Estructura organizacional:

Alto mando: Junta directiva – Revisoría fiscal – Gerencia general -

Gerencia de operaciones – Gerencia mercadeo y ventas – director talento humano – director Financiero – director de calidad – Subgerencia

mando medio: Coordinación de ventas nacionales – Coordinador comercio exterior – Coordinador de logística – Coordinador de tiendas - Analistas –

Líderes - supervisores

mando bajo: Planta de producción, despachos – operarios generales – auxiliares

3.1.6.2. Misión Organizacional:

Somos una compañía en constante evolución, comprometida con el desarrollo sostenible, servimos a nivel global con prendas moldeadoras de alta calidad, aportando bienestar y confianza.

3.1.6.3. Visión Organizacional:

Ser la marca colombiana de prendas moldeadoras de alta calidad,

reconocida en el mercado global, con la mejor experiencia de servicio y portafolio.

3.1.6.4. Valores Corporativos:

El Equipo Directivo reconoce la enorme importancia de la cultura propia, para cumplir la Misión y lograr la Visión. Desde su fundación Fajas MyD ha fomentado en su personal los siguientes valores:

Servicio: el objeto de acción de Fajas MyD son sus clientes, motivo por el cual el servicio es una de las principales premisas de la compañía.

Queremos que nuestros clientes siempre salgan satisfechos después de visitar nuestros puntos de atención, por lo tanto preferimos brindar asesoría personalizada a nuestros usuarios, ya que nuestra organización no solo vende productos si no sensaciones.

Calidad: nuestros productos son la imagen de la organización. Por esto velamos por un mejoramiento continuo para seguir ofreciendo productos de excelente calidad.

Talento humano: contamos con un personal experto en cada área, distinguiéndonos por mantener un excelente ambiente laboral.

Capacitamos no solo en el saber, sino también en el ser y de esta forma obtenemos personal preparado, dispuesto y motivado para trabajar en equipo.

Sentido de pertenencia: el amor y la dedicación de cada integrante de Fajas MyD por la labor desempeñada al interior de la compañía, otorgan como resultado una institución próspera y en constante crecimiento.

3.1.6.5.

Fajas MyD es una empresa con muchísimo potencial, que si bien tiene una filosofía muy arraigada a la espiritualidad y religiosidad, y por ende hay muchas estrategias que se quedan en el papel porque quizás no van con la ideología de la empresa. Entonces por estas situaciones, en la actualidad la competencia ha estado sobrepasando a Fajas MyD porque ha llegado con ideas nuevas y frescas.

3.2. Descripción y ubicación del cargo que desempeñó.

3.2.1. Nombre y definición del cargo.

Cargo: Líder CRM

Definición: Implementación del Software SIESA CRM para la compañía, teniendo en cuenta el proceso comercial, para los canales de venta nacional y comercio exterior.

Labores de practica: Apoyo al canal de E-commerce de la compañía, ya que venia presentando inconsistencia en la experiencia de cliente a causa de las plataformas conversacionales.

3.2.2. Funciones Asignadas.

- 3.2.2.1.** Análisis de la plataforma conversacional (Chatbot)
- 3.2.2.2.** Revisión del contenido dentro de la plataforma.
- 3.2.2.3.** Soporte interno de los asesores del canal cuando hay una falla funcional.
- 3.2.2.4.** Parametrización del chatbot.
- 3.2.2.5.** Generación de Copys cercanos para los mensajes a los clientes.

3.2.2.6. Cotizaciones de proveedores.

3.2.2.7. Revisión de KPI's de atención.

4. SELECCIONAR LA INTERVENCIÓN.

La compañía venía afrontando hace unos meses una crisis importante con los clientes que se comunicaban por las redes sociales, ya que en muchas ocasiones no recibían una atención oportuna, eficiente y con un tiempo moderado. Adicionalmente, se tenía un inconveniente que en medio de la conversación el Bot influía en la conversación, y empezaba a enviar mensajes cuando una conversación ya estaba siendo atendida por un agente. Teníamos 2 problemas muy grandes que era la experiencia en la compra por WhatsApp y conversaciones que no se atendían y que en su gran mayoría podrían ser conversiones en ventas.

Se tiene que en promedio mensual, el 63% de las conversaciones que ingresan en total por WhatsApp se convierten en ventas, por lo que de 10 conversaciones 6 son ventas y se tiene un tk promedio de \$149.000, es decir, en promedio al menos una prenda se lleva un cliente.

¿Como se calcula el índice de ventas por WhatsApp? Este indicador lo calculamos mediante las codificaciones generadas por el canal, es decir, en la plataforma cada vez que generan una venta al finalizar la conversación, codifican como “venta exitosa”, por lo que descargamos el query de las conversaciones del mes y seleccionamos las codificaciones con ventas exitosa y dividimos por el global de conversaciones y nos da el

índice de ventas.

4.1. Pregunta Objeto de estudio:

¿Cómo influyen los chatbots en la gestión comercial y la satisfacción del cliente en el área de E-commerce de una empresa, y en qué medida contribuyen al incremento de las ventas y la retención de clientes?

4.2. Objetivo General:

Mejorar significativamente la experiencia del cliente, aumentando la eficiencia en la resolución de consultas y gestión de ventas a través de la potencialización del chatbot de la empresa.

4.3. Objetivos Específicos:

4.3.1. Elaborar un diagnóstico del funcionamiento actual de la plataforma omnicanal de la empresa.

4.3.2. Evaluar la aplicación actual y evaluar otras para saber si la plataforma actual funciona o hay que cambiarla

4.3.3. Plantear las viabilidades posteriormente a la evaluación de las plataformas con los respectivos impactos en las ventas y servicio.

4.4. Justificación:

Este proyecto tiene como objetivo, proponer una reestructuración de la plataforma encargada de los canales conversacionales de la empresa, ya que está sufriendo diferentes alteraciones en su normal funcionamiento.

Con la elaboración e implementación de esta reestructuración, lo que buscamos es mejorar inicialmente el manejo oportuno de las ventas por las redes sociales (WhatsApp, Instagram, Facebook), garantizar que todos los clientes sean atendidos y que esta atención sea muy rápida y eficiente, logrando una mejor experiencia en el cliente y asesoría de muy buena calidad.

4.5. Alcance del proyecto:

4.5.1. Diagnostico situación actual de la experiencia de clientes y plataforma:

Se realiza un focus group con las 3 asesoras del canal de E-commerce y las 2 communitys manager, para revisar desde su perspectiva que han dicho los clientes o que manifiestan de acuerdo a las malas experiencias. Luego se revisa con el canal de servicio al cliente, las encuestas que se envían a los clientes que compran por medio de WhatsApp.

4.5.2. Revisión de la plataforma conversacional:

Revisar y analizar la plataforma, ayuda a tener una visión de que nos puede ofrecer esta y que aspectos se pueden mejorar. Adicional, las reuniones con el proveedor de esta plataforma son importantes ya que nos pueden explicar con una mayor profundidad las funciones que trae la aplicación y cuales son sus alcances, de esta manera podremos determinar si es viable seguir con este proveedor o quizás hay que salir a buscar uno nuevo.

4.5.3. Documentación de la información captada del proveedor actual y propuestas de otros:

Se debe ir documentando toda la información que vamos recopilando para poder después analizar la información y crear una propuesta, la cual se

presentara a las gerencias de fajas MyD, es de recordar, que la plataforma conversacional impacta a los países Colombia, Ecuador, Mexico y USA, ya que todos usan la misma herramienta y no se puede tomar una decisión unilateral, además, de dejar a los otros países con una plataforma diferente. Se vuelve muy importante tener unas conclusiones muy claras para presentar ante las gerencias y ser muy concisos con lo que se va a proponer.

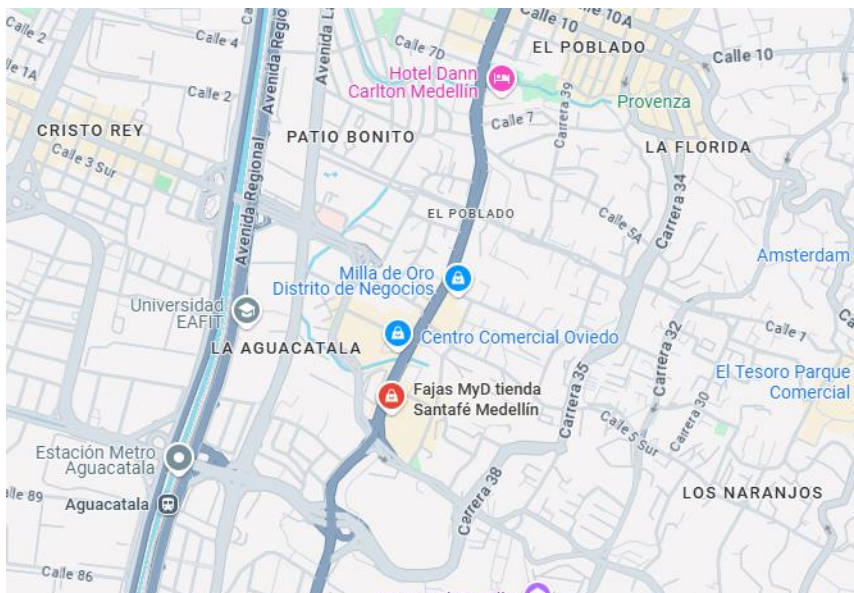
4.6. Referentes

4.6.1. Referente Espacial:

La empresa CI Fajas MyD, se encuentra ubicada en la dirección: Calle 8 sur 50FF 47. Barrio Guayabal. Medellín Antioquia

Coordenadas: Latitud: 6.2440° N Longitud: 75.5730° O

Mapa geográfico:



En el entorno empresarial de CALLE 8 SUR 50 FF 47, se pueden encontrar diversas empresas y servicios que contribuyen a la economía local. Algunas características destacadas del entorno son: Diversidad de Empresas: Hay una variedad de negocios, desde pequeñas tiendas y talleres hasta empresas más

grandes como C I Fajas Myd Colombia S A S, que se dedica a la confección de prendas de vestir.

Sector servicios: La presencia de supermercados, restaurantes y cafeterías que atienden a los residentes y trabajadores de la zona. Infraestructura Educativa:

Escuelas y colegios cercanos que ofrecen educación a diferentes niveles.

Accesibilidad: Buena conectividad con otras partes de la ciudad, facilitando el transporte y la logística para las empresas.

Este entorno fomenta un ecosistema empresarial dinámico y diversificado, lo que puede ser beneficioso tanto para los negocios locales como para la comunidad en general.

4.6.2. Referente Temporal:

Etapa	Actividad	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov
Elección de la empresa	Selección de la empres	x										
	Autorización de la empresa	x										
	Diagnóstico de proceso a mejorar	x										
Estructura de la intervención	Reconocimiento del problema		x									
	Estructuración del proyecto de intervención		x									
Avance del ante proyecto I	Reunión inicial Asesor de practicas			x								
	Introducción trabajo			x								
	Marco de referencia			x								
	objetivos			x								
Avance del ante proyecto II	Reunión asesor - empresa				x							
	Pregunta objeto de estudio				x							
	Objetivo general				x							
	Objetivo especifico				x							
Entrega anteproyecto	Alcances del proyecto					x						
	Entrega del anteproyecto					x						

Estructuración	Estructuración del flujo conversacional												
	Presentación del flujo												
	Aprobación del flujo												
Revisión CRM	Revisión módulos CRM												
	Presentación de módulos												
Puesta en marcha intervención	Puesta en marcha del nuevo flujo conversacional												
	Generación de estrategias de mercadeo con ayuda del CRM												
Ajustes de la intervención	Ajustes que haya que hacer después de la puesta en marcha												
	Revisión del funcionamiento del proyecto.												
Entrega proyecto a Empresa	Presentación del proyecto a la empresa												
	publicación de documentación a la empresa												
Presentación trabajo final Universidad	Presentación proyecto												

4.6.3. Referente Investigativo y/o Teórico:

El sector ubicado en el barrio Guayabal en Medellín se ha destacado por ser un sector comercial e industrial, y de altas conexiones con vías importantes para la ciudad al tener contacto directo con los municipios aledaños cercanos.

Según mi comunidad Guayabal ORG: su población se estima de la siguiente manera

Población



La red vial en su conjunto es buena y hay facilidad para la circulación y el desplazamiento entre barrios y para su comunicación con el centro de la ciudad. El servicio de transporte es eficiente y se ha visto favorecido por la actitud el gremio transportador vinculado a la zona, sin embargo, las terminales de buses instaladas en los barrios obstaculizan el mejoramiento de la calidad ambiental y del hábitat en general.

La Comuna en su perímetro cuenta con el Aeropuerto Olaya Herrera y la terminal Sur de transporte intermunicipal, los cuales permiten una amplia variedad en el transporte tanto para Antioquia como para el resto de Colombia.

Caracol Radio realizó la siguiente investigación para la comuna 15 de la ciudad, en donde se denotan las empresas más importantes de la región: *Antioquia Guayabal es conocido principalmente por el Zoológico Santafé, el Aeropuerto Olaya Herrera, los parques y por ser un centro industrial de Medellín, con empresas como La Nacional de Chocolates, Noel, Colcafé y otras que se han ido como Coltabacos y Haceb.*

4.7. Metodología.

La metodología usada, fue mixta. Esto por que se usaron 2 tipos de investigaciones para llegar a la conclusión de la problemática.

Cualitativa, porque podíamos evidenciar desde lo que mirábamos en las conversaciones la insatisfacción de los clientes a causa de las diferentes situaciones o anomalías que genera la plataforma. Ahora la parte cualitativa, porque de acuerdo con las encuestas de satisfacción que se enviaban a los clientes que ejecutaban una venta por el canal de E-commerce y arrojaban datos a los cuales les podíamos poner ojo porque denotaban la insatisfacción de los clientes con atención que recibían.

4.7.1. Plan metodológico:

4.7.1.1. Focus Group: Reunión con el equipo para escuchar desde su

experiencia las anomalías o intermitencias que han tenido a la hora de atender a los clientes.

4.7.1.2. Explorar la aplicación: Con un usuario, ingresar a la herramienta y

comenzar a revisar conversaciones históricas, para determinar que las experiencias mencionadas anteriormente por los asesores sean reales.

4.7.1.3. Resultados de encuestas: Con la analista de servicio al cliente, que es

la persona encargada de enviar las encuestas de satisfacción posterior a las ventas, revisar el consolidado que se maneja y ya poder ponderar los resultados de esta.

5. DESARROLLO DEL PROYECTO.

5.1. Trabajo de campo:

5.1.1. Elaborar un diagnóstico del funcionamiento actual de la plataforma

omnicanal de la empresa:

Fortalezas

- Gran cantidad de usuarios x plan.
- Constantes desarrollos de la plataforma.
- Respuestas rápidas de fácil acceso.
- Interfaz amigable con los asesores.

Debilidades

- Costos extras son muy altos. (conversación adicional, usuario adicional, línea adicional)
- No guardan los chats en un archivo de Excel.
- Intermitencia en el funcionamiento de la plataforma.
- Dudas o inquietudes, lo cobraban como consultoría.
- No ayudan a la verificación del WhatsApp
- No ayudan a conectar las demás redes sociales.
- No ingresan todas las conversaciones de los clientes

Oportunidades


- Poder archivar los chats sin finalizarlo y que no interrumpa el bot.
- Optimizar el funcionamiento de envío de imágenes.
- Eliminar algunas conversaciones que llevaban tiempo
- Account Manager más proactivos.
- Mejorar los ANS de los incidentes, casi 36 o 48 horas de respuesta.

Amenazas

- Competencia más eficientes en sus canales conversacionales.
- Reducción en las ventas.
- Molestia de los clientes por su experiencia en los diferentes canales conversacionales

5.1.2. Evaluar la aplicación actual y evaluar otras para saber si la plataforma actual funciona o hay que cambiarla.

CARACTERISTICA	BOTMAKER	CHATTIGO
Respuestas rápidas		
Archivar el chat sin cerrar conversación		
Garantizar ingreso de las conversaciones por todos los canales		
Soporte 24/7 con los incidentes		
Conexión con las redes sociales		
Catálogos de prendas		

CARACTERISTICA	BOTMAKER	CHATTIGO
Verificación de cuenta de <u>whatsApp</u>		
Botones de opciones en el Bot		
Envío de imágenes y <u>pdf</u>		
Bot ilimitados		
COSTO MENSUAL	1300 USD	760 USD

En esta etapa nos pusimos a indagar con otro proveedor, que denominamos que era el mas oportuno, por la calidad de sus clientes, Bancolombia, Sura, Argos, Banco Santander entre otros, y nos pudimos llevar una sorpresa porque al largo plazo el costo puede reducirse notablemente, ya que es algo que

actualmente busca la compañía, de ir reduciendo sus costos notablemente.

5.1.3. Plantear las viabilidades posteriormente a la evaluación de las plataformas con los respectivos impactos en las ventas y servicio.

Para este punto lo que hicimos fue reunir a todas las gerencias de los países Colombia, Ecuador, Mexico y USA, para plantearles la situación que había actualmente mediante ventas y experiencia de cliente y proponer una solución, donde la mas viable era realizar el cambio de proveedor a causa de que buscamos soluciones que el proveedor actual y no pudimos encontrar soluciones oportunas a los incidentes que habían actualmente, además de que cada reunión que les pedíamos, ellos la contaban como una consultoría por lo que nos iba a generar un costo adicional en la factura del mes, es decir, incrementaba el costo. Entonces en la Reunión se expreso los beneficios que tenia el cambio y las mejoras que podíamos tener a nivel de todos los países con este cambio.

5.2. Propuesta técnica:

De acuerdo con lo trabajado en los objetivos específicos, llegamos a una conclusión de cambiar de proveedor.



¿Porque cambiar?

Todas las situaciones operativas negativas que influyen en la experiencia del cliente, se pueden solucionar con el cambio de proveedor, ya que este en las reuniones previas nos garantiza que este tipo de situaciones con ellos no va a pasar y que si en algún momento sucede algo, el servicio posventa es muy eficiente, sin embargo, siempre se debe montar un Tk para que se pueda asignar un ingeniero y revisar la situación.

Mejoraríamos la atención de todos los clientes, sin que nos quede alguno sin atender como pasaba anteriormente y además de no tener interrupciones en las conversaciones por parte del Bot que moleste a nuestros clientes y desarrollen un mal ambiente en la conversación. De esta manera mejoraríamos las conversaciones, y las encuestas de satisfacción enviadas por el área de servicio al cliente, tendrían un cambio al alza del servicio.

5.3. Conclusiones:

Actualmente Fajas MyD pasa por una crisis financiera, y de parte de los lideres de los proyectos siempre debemos estar en pro del desarrollo de la tecnología para la compañía y mejorar los costos de estas. Gracias al cambio se pudo reducir hasta un 40% del valor mensual en el uso de la plataforma multicanal.

El apoyo constante a la parte operativa (asesores) es muy importante, si bien en las empresas siempre nos vamos a encontrar con una resistencia al cambio, por lo que

constantemente teníamos que hacer espacios de capacitación y de concientización, para que estuvieran más prestos a la nueva herramienta y los beneficios que nos iba a traer.

Cuando el cambio impacta a varios países, siempre se debe mantener al tanto a las gerencias, ya que no es una decisión unilateral y se debe tener en cuenta las decisiones y posturas de los demás, porque es una empresa multinacional y en efecto hay aplicaciones que se deben manejar independientes como el sistema de facturación, pero la plataforma de atención de canales si se puede tener uno para todos y nos tener diferentes.

5.4. Recomendaciones:

Con este nuevo proveedor, todos los canales de venta deben migrar a esta plataforma para dejar de usar varios números de teléfono, lo que podría llegar a beneficiar a la empresa para unificar su canal de WhatsApp y evitar posibles fraudes más adelante. Además de aprovechar todas las funcionalidades.

Fajas MyD actualmente no tiene una persona o área para canalizar los proyectos del área comercial, como implementar nuevas herramientas, integraciones o desarrollos de software, todo esto lo lidera el coordinador de área al que se le va a implementar el proyecto. Es bueno que comiencen a canalizar todo esto por el área de proyectos, que no sea solo lo operativo de la empresa, si no lo comercial, ya que sin la gestión comercial, no se podrá aumentar las ventas.

Cuando se vaya a desarrollar un proyecto es muy importante que tengan en cuenta los valores y hagan proyecciones de lo que puede costar este a lo largo de uno o dos años, en muchos proyectos para el área comercial, nunca se hizo y no se dejaban pasar por altos rubros que ni sabían de donde salen y porque se pagaban.

6. RESULTADOS.

6.1. Competencias del saber o hacer desarrolladas en la empresa:

6.1.1. Comunicación y empatía.

6.1.2. Resolución de problemas.

6.1.3. Gestion de proyectos.

6.1.4. Innovación y creatividad.

6.2. Aportes a la empresa:

6.2.1. Mejora en la satisfacción del servicio al cliente.

6.2.2. Oportunidad para incrementar las ventas con una conversión más alta.

6.2.3. Ofertas personalizadas.

6.2.4. Reducción de los costos.

6.2.5. Mejoramiento de la tecnología de la compañía.

6.3. Logros:

6.3.1. Una mayor satisfacción y experiencia del cliente en la asesoría y compra de las prendas.

6.3.2. Incremento en la conversión de las ventas, ya que se podrán atender al 100% de los clientes que se atienden.

6.3.3. Optimización operativa, gracias a la mejora de la tecnología puede obtener nuevas funcionalidades y mejorar la operatividad.

6.3.4. Revisión de KPI mas eficientes y reales.

6.4. Dificultades:

6.4.1. Reunir en un solo espacio todas las gerencias de la compañía para compartir los hallazgos y soluciones que tenía para la empresa.

6.4.2. Hallar proveedores eficientes que logran satisfacer las necesidades que teníamos.

6.4.3. Nervios con el impacto que llegaría a tener el cambio de una plataforma para mejorar la experiencia al cliente.

7. GLOSARIO DE TERMINOS

Chatbots: Los bot de charla o bot conversacional, son aplicaciones software que surgen en los años 60, y que simulan mantener una conversación con una persona al proveer respuestas automáticas, las cuales son previamente establecidas por un conjunto de expertos a entradas realizadas por el usuario.

Flujo conversacional: Los flujos conversacionales nos permiten automatizar procesos que le aportarán valor a nuestra experiencia de atención y personalizarán las consultas de nuestros usuarios.

Redes sociales: Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

Estrategias: Una estrategia es un plan de acción diseñado para lograr un objetivo específico o una serie de metas. Implica identificar recursos, establecer prioridades, tomar decisiones y asignar tareas para aumentar las posibilidades de éxito.

Diagnostico: El diagnóstico (del griego diagnostikós, a su vez del prefijo día-, "a través", y gnosis, "conocimiento" o "apto para conocer") alude, en general, al análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias.

Query: Es una consulta o solicitud de información en una base de datos o sistema de información.

8. BILIOGRAFIA – CIBERGRAFIA

- Fajas colombianas MyD, Miami USA, 2023:

<https://shapessecrets.com/es/collections/m-d-fajas>

- Fajas MyD quienes somos, Medellín Antioquia, 2023:

<https://fajasmyd.com/pages/sobre-fajas-myd>

- El colombiano, 2023, Crecer con innovación:

<https://www.elcolombiano.com/medellin-a-la-vanguardia-de-las-oportunidades/fajas-myd-crece-con-calidad-e-innovacion-IB9737831>

- Experiencia de cliente

<https://www.oracle.com/co/cx/what-is-cx/>

- Schwab, P.-N. (2021): La experiencia del cliente: definición, medición y análisis.