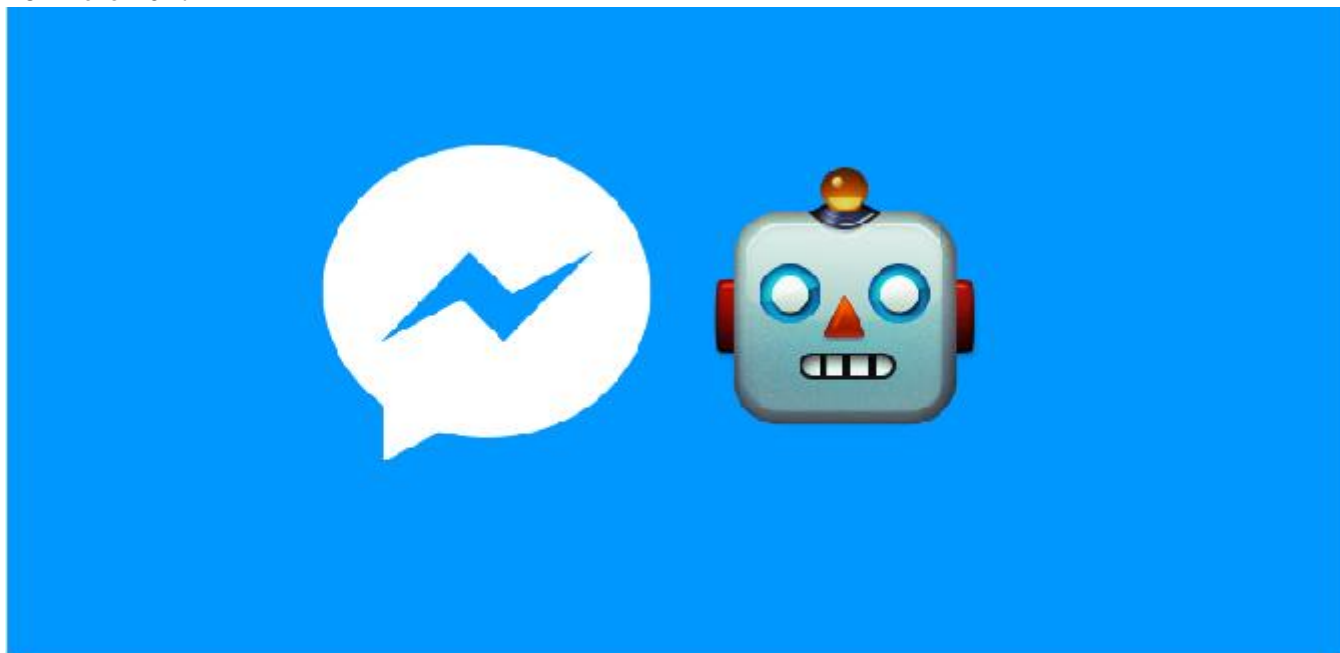


Los chatbots replantean el modelo de interacción entre un banco y su cliente

Lizeth Daza
18 Enero 2017



Los Robots ya no son cosa del futuro.

Latinia, deja conocer como hoy ya es una realidad el comunicarse con el banco como si fuera un amigo cercano, “Hablar con tu banco por el Messenger como si fuese tu hermano que vive en la costa o tu amigo de la capital es una sensación hoy tan extraña como natural y cotidiana en un futuro muy cercano”, según Daniel Aguilar, Vicepresidente de Ventas de Latinia, tras la evaluación de las primeras iniciativas aparecidas en la red social tras el anuncio realizado por Facebook el año pasado de abrir su App de mensajería a la interacción entre marcas y usuarios. Desde abril son más de 35.000 los chatbots ya desarrollados, destacando en la industria financiera Erica, el robot de Bank of America, o Arturito, la respuesta latina de Banco de Crédito del Perú (BCP).

Para el ejecutivo, de momento la experiencia con los bots activos en el Messenger es, dejando de lado el momento tan inicial en el que están y siendo condescendiente con sus primeros balbuceos, y de una fricción apenas existente en cuanto a suscripción a los servicios de notificaciones, por ejemplo.

Precisamente las alertas y los avisos serán grandes protagonistas de las funcionalidades que ofrecerán los robots financieros. Sin duda se intuye ideal para acciones espontaneas, como consultar el saldo o saber cuándo vence fechas de pago, todo muy orientado a servicio. Por otro lado el contexto emerge con más fuerza que nunca; el robot aprende

de su propio timeline con el cliente, generando interacciones de cada vez mayor valor por el aprendizaje continuo que el bot hace del usuario, generando experiencias de servicio tremendamente positivas y personalizadas.

“El mayor reto que le vemos, a la altura de su enorme potencial, es hasta donde estará la banca dispuesta a ceder control en un entorno donde el cliente ya ha sido logado por Facebook, y si dentro de ese espacio se permitirá la interacción, o qué tipo interacción, de contenidos financieros entre banco y usuario sin mayores requerimientos de seguridad por parte de la entidad”, Afirma Aguilar.

Probablemente asistiremos a una cierta estratificación de servicios; la consulta del saldo podría darse sin más logado que el realizado al inicio por el usuario, pero en cambio acciones más transaccionales exigirán autenticación en dos pasos donde el banco demande ya sus propias condiciones de seguridad. Si creemos que el banco ha asumido la lógica de “voy donde está mi cliente” no les queda otra que buscar una posible zona de acuerdo con Facebook en cuanto a las reglas del juego, porque está claro que el cliente no se moverá de la red social donde convive e interactúa a diario con su entorno; el banco debe decidir, y cómo, quiere formar parte de ese espacio.