DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal.mincom.v2/sites/all/themes/mincom/logo.png
Ministerio de Comunicaciones
Published on *Ministerio de Comunicaciones* (https://www.mincom.gob.cu)

DOMPDF_ENABLE_REMOTE is set to FALSE
file:///var/www/html/portal.mincom.v2/sites/default/files/styles/medias/public/inteligencia-artificial-talento-1.jpg

3 maneras en que la inteligencia artificial está transformando las operaciones comerciales

Fuente:
tyn magazine

El panorama comercial de hoy exige que las empresas lideren cambios a gran escala para sobrevivir y seguir siendo competitivas. En un clima político, social y económico en constante cambio, el cambio organizativo constante es la nueva normalidad. Pocos avances prometen ayudar a las organizaciones a cruzar los problemas críticos de negocios más profundamente que la inteligencia artificial. Cuando se trata de operaciones comerciales, la inteligencia artificial tiene un enorme potencial para catapultar a las compañías más allá del status quo y adaptarse a las nuevas dinámicas.

1. Mejorar la experiencia del cliente

Según la investigación realizada por Walker, la experiencia del cliente superará el precio y el producto como el diferenciador clave de la marca para 2020. La centralidad de la experiencia del cliente en el panorama empresarial actual ha motivado a muchas empresas a adoptar un enfoque más holístico para mejorar la experiencia del cliente. Compañías como Intuit, EMC y Adobe tienen un liderazgo central en la experiencia del cliente integrado en sus organizaciones de ventas, operaciones y marketing.

La inteligencia artificial puede ayudar a las empresas a crear experiencias de clientes altamente personalizadas. La inteligencia artificial puede ingerir y agregar todos los diversos puntos de contacto que un cliente tiene con una marca y determinar qué es lo que impulsa el comportamiento de los clientes. ¿Están ansiosos por comprar más? ¿Por qué? ¿Están a punto de batirse con un competidor clave? ¿Por qué? Armados con esta información, los equipos de operaciones comerciales obtienen una visión sin precedentes de la experiencia integral del cliente, mucho más allá de lo que se puede extraer de las encuestas de comentarios de los clientes. Según Salesforce, 50% es probable que los consumidores cambien de marca si una empresa no anticipa sus necesidades. Al proporcionar los mensajes correctos y las recetas de marketing a los clientes en el momento adecuado, la inteligencia artificial promete ayudar a las organizaciones a comprender mejor a los clientes y anticipar sus necesidades.

La inteligencia artificial también puede ayudar a las empresas a comprender mejor la fortaleza de la marca y las tendencias de los clientes de alto nivel. Las herramientas impulsadas por AI pueden monitorear la percepción de la marca en los canales sociales y predecir el sentimiento del cliente. Esta visión que todo lo abarca minimiza las conjeturas y permite a los líderes empresariales predecir con confianza dónde los clientes plantarán sus carteras a continuación y por qué. Al tomar en cuenta todo, desde la temperatura externa hasta el día de la semana y los eventos políticos, las empresas pueden mejorar drásticamente sus capacidades de pronóstico.

2. Mejorar el proceso de contratación.

La adquisición estratégica de talento es fundamental para las operaciones comerciales. Sin embargo, el proceso de contratación es fundamentalmente defectuoso. El proceso de reclutamiento y entrevista está lleno de sesgos y está impulsado en gran medida por las primeras impresiones. Según un estudio reciente , a pesar de una mayor conciencia de las prácticas discriminatorias de contratación, la contratación de trabajadores discriminatorios contra los trabajadores negros en los Estados Unidos no ha disminuido en el último cuarto de siglo. El hecho de que las referencias de los empleados sean la fuente número uno de nuevas contrataciones, que representan más del 50% de las contrataciones, subraya las limitaciones, los prejuicios y el posible nepotismo arraigados en los procesos actuales. No es de extrañar por qué aproximadamente el 40% de las empresas dice que las habilidades de entrevista y evaluación de su personal deberían mejorarse.

La inteligencia artificial ya está ayudando a las empresas a transformar sus operaciones y procesos de contratación. Puede ayudar a las empresas a crear una red más amplia al escanear grandes volúmenes de currículos y otras fuentes de talento para identificar candidatos altamente calificados para trabajos específicos. Puede revisar las descripciones de los trabajos, las transcripciones de las entrevistas y los registros de llamadas para descubrir y corregir sesgos ocultos en el proceso de contratación y evaluar con precisión a los candidatos. Varias herramientas ya existen en el mercado. IBM Watson Candidate Assistant, por ejemplo, es una solución de administración de talento que ayuda a relacionar a los posibles candidatos con los trabajos específicos en los que prosperarán. Al implementar herramientas de reclutamiento de AI, es fundamental que nos aseguremos de que las herramientas no sean propensas a los mismos sesgos que los humanos. caer víctima de.

3. Mejorar el compromiso y la retención de los empleados

El talento es el alma de cualquier negocio próspero. En medio del entorno competitivo de contratación actual, retener a los mejores talentos es lo más importante para todas las empresas. El compromiso de los empleados debe ser un componente integral de las operaciones comerciales diarias. Sin embargo, la mayoría de las empresas están gravemente vacilando en sus esfuerzos. Según un informe reciente de Gallup, la gran mayoría (85%) de los empleados no están comprometidos o están activamente desconectados en el trabajo. Incluso los cambios aparentemente insignificantes pueden resultar transformadores. El 17% de los trabajadores que renunciaron a un nuevo trabajo dentro de los primeros seis meses de la contratación dicen que una sonrisa de un compañero de trabajo podría haber hecho toda la diferencia, mientras que el 23% podría haberse quedado si los gerentes se hubieran comunicado con ellos de manera más efectiva.

La inteligencia artificial ofrece un enorme potencial en términos de aumentar el compromiso y la retención de los empleados. Mediante el uso de tecnologías de análisis de sentimientos, biometría y otras tecnologías emergentes, las herramientas basadas en la inteligencia artificial pueden ayudar a las empresas a entender con confianza el compromiso de los empleados. Puede surgir una visión de lo que impulsa los comportamientos de los empleados y generar recomendaciones poderosas en términos de cómo motivar de manera más efectiva a los empleados y recompensar el comportamiento. KangoGift, por ejemplo, es una tecnología desarrollada por IBM Cloud e IBM Watson que está siendo utilizada por miles de gerentes en 20 países para ayudar a determinar quién, cuándo y por qué los empleados deben ser reconocidos.

AI también ayuda a informar el rendimiento individual. Usando el análisis de sentimientos, AI puede leer entre las líneas de las evaluaciones de desempeño tradicionales y medir con mayor precisión el desempeño individual. Puede descubrir a “trabajadores tóxicos” que pueden obtener una puntuación alta en las evaluaciones de desempeño tradicionales. Lo más importante es que puede generar recomendaciones específicas en términos de trayectorias profesionales y conjuntos de habilidades específicas necesarias para el avance. Según un análisis de los empleados de Facebook, los que tenían más probabilidades de permanecer en la compañía sentían que, comparativamente hablando, utilizaban más sus fortalezas. Trazar una trayectoria profesional habilitadora con desarrollo de habilidades es fundamental para ayudar a los empleados a sentirse capacitados.

El rendimiento del equipo también puede beneficiarse de la inteligencia artificial. Al monitorear las

interacciones en las herramientas de la empresa social y los canales sociales del lugar de trabajo, AI puede revelar información clave sobre el grado y la eficacia de la colaboración de los empleados. Vibe, por ejemplo, analiza las palabras clave y los emojis enviados entre los empleados en Slack para evaluar la moral de un equipo determinado. Estas ideas pueden cambiar el juego en términos de capacitar a los gerentes con ideas sobre cómo estructurar los equipos de la manera más efectiva.

El 83% de los ejecutivos cree que la inteligencia artificial es una prioridad estratégica para sus negocios en la actualidad, mientras que el 75% de los ejecutivos dice que la IA les permitirá mudarse a nuevos negocios y empresas. Los datos son el sello distintivo de las empresas de hoy en día y la IA es clave para extraer el mayor beneficio de los datos. Al aprovechar AI para obtener una comprensión más profunda de los clientes, reclutas y empleados, AI promete transformar las operaciones comerciales.

Disponible en:

https://www.tynmagazine.com/3-maneras-en-que-la-inteligencia-artificial-... [1]

Links
[1] https://www.tynmagazine.com/3-maneras-en-que-la-inteligencia-artificial-esta-transformando-las-operaciones-comerciales/