"Ayudar a todas las empresas del mundo a hacer a sus clientes más felices"

Luis Miguel Alcedo, Country Manager de Sprinklr Iberia e Israel

Arturo Díaz

Sprinklr es la primera plataforma creada para una Experiencia de Cliente unificada y en la que confían las marcas más importantes del mundo. La plataforma combina IA patentada líder de la industria con potentes soluciones de Care, Marketing & Advertising, Research y Sales & Engagement. Impulsa el crecimiento del negocio aprendiendo sobre su audiencia comprendiendo el mercado competitivo y contactando clientes actuales y potenciales, así como interactuando con ellos u ofreciéndoles servicios, en todos los canales.

Háganos un breve resumen de quién es Sprinklr: año de fundación, sede central y presencia en España, número de empleados y principales clientes.

Sprinklr es la plataforma de Inteligencia Artificial para el Contact Center, los equipos de Experiencia de Cliente, marketing y redes sociales. Fundada hace 15 años y creciendo de manera exponencial, nuestra sede central está en Nueva York, y contamos con más de 3.000 empleados. En España llevamos 7 años, y trabajamos para clientes como Inditex, BBVA, Santander o Masmóvil, entre otros muchos.

¿Qué servicios ofrecen y qué pueden aportarle a una gran empresa que ya tiene un *stack* tecnológico muy amplio?

Son precisamente las empresas que tienen una lista muy amplia de herramientas y componentes, lo que se conoce como *stack* tecnológico, las que más necesitan a Sprinklr. La capacidad de analizar el 100% de las interacciones con los clientes, entender qué es accionable y ayudar a los equipos a dar la mejor respuesta a sus clientes a tiempo real, ha hecho que, por ejemplo, IKEA nos elija para unificar todos sus canales de atención. Esto simplifica muchísimo un *stack* tecnológico muy complejo, ahorra costes y hace a sus clientes y empleados mucho más felices.

Nos encontramos en pleno despegue de la IA. ¿Qué impacto puede tener la Inteligencia Artificial cuando se aplica a entender a los clientes?

La cantidad de llamadas, mensajes y opiniones de los clientes van a crecer de manera exponencial los próximos años. Las empresas tienen dos opciones: o bien ser capaces de automati-

zar el análisis de esos datos y ayudar a los agentes a ser más eficaces, o bien fichar a cientos o miles de personas que analicen los datos "a la antigua usanza". Es precisamente la IA de Sprinklr la que, por ejemplo, Telefónica va a utilizar para analizar cada llamada y cada mensaje, unificar la atención a sus clientes y optimizar su *stack* tecnológico y su equipo de *call center*.

¿Con qué clientes están trabajando actualmente en España y a nivel mundial? Sabemos que lideran el mercado de las nuevas Soluciones de Contact Center, ¿qué nos puede contar de ello?

Con más de 2.000 clientes, Sprinklr se está consolidando como la única plataforma que unifica el 100% de los canales de comunicación con los clientes. Algunos de los clientes con los que trabajamos actualmente a nivel mundial son Microsoft, Cisco, L'Oreal, Prada, o Philips. Y en España prestamos nuestros servicios a Santander, BBVA, Inditex, Vueling, Pronovias, Isdin, Grifols, entre otros.

Precisamente, muchos de estos clientes confían en Sprinklr por ser los únicos capaces de hacer tres cosas: Simplificar su *stack* tecnológico, ahorrando costes y mejorando eficiencias; unificar la totalidad de las llamadas y opiniones del 100% de los clientes; y acompañar a las empresas en sus futuros proyectos.

Dada la diversidad de canales, desde las llamadas y las redes sociales hasta las interacciones en línea, ¿cómo logra Sprinklr integrar eficazmente estas diferentes vías de comunicación en su plataforma?

La plataforma de Sprinklr recoge todas esas llamadas, encuestas, *reviews* y opiniones en un solo "repositorio", que luego pasa por nuestra capa de IA propietaria para finalmente accionar lo que sea accionable. Para que nos hagamos una idea de la capacidad de procesamiento de la plataforma, nuestra IA analiza el 100% de los comentarios en Twitter (o X) a tiempo real para entender su sentimiento. Estamos hablando de que analizamos y categorizamos a tiempo real más de 500 millones de mensajes al día, en uno solo de nuestros clientes.

La seguridad de la información y la protección de los datos son temas cruciales para las empresas. ¿Cuáles son las medidas implementadas por Sprinklr para garantizar la seguridad de la información confidencial de sus clientes?

Este es un tema muy recurrente cuando grandes bancos o aseguradoras empiezan a trabajar con nosotros. La seguridad de las empresas es la principal prioridad cuando se desarrolla cualquier módulo dentro de la plataforma. Los equipos de seguridad de muchos de nuestros clientes, algunos del IBEX35 y grandes tecnológicas estadounidenses, han validado nuestro nivel de seguridad, siendo todas ellas tremendamente exigentes con sus proveedores.

En un entorno empresarial en constante evolución, ¿cómo se aseguran de que sus soluciones sigan siendo efectivas a lo largo del tiempo para abordar las cambiantes necesidades de sus clientes?

El hecho de contar con el mejor CTO de Silicon Valley, y de ser una empresa que se enorgullece de crecer gracias al *feedback* de sus clientes, está dando sus frutos. Nuestra constante necesidad de mejorar y solucionar necesidades de nuestros clientes nos ha llevado a ser la empresa líder en innovación, siendo el espejo donde se miran muchas otras empresas disruptivas. La velocidad con la que hemos hecho una alianza con OpenAI para que se integre con nuestra IA propietaria es solo un ejemplo. Vienen cosas enormes en el *roadmap* que no podemos detallar por ahora, pero puedo adelantar que se va a hablar mucho de Sprinklr en los próximos meses y años.

¿Qué lagunas ve en las grandes empresas cuando tratan de entender lo que opinan sus clientes y las tendencias y oportunidades de mercado?

La gente nunca olvida cómo les haces sentir, y las grandes empresas tienen un reto enorme: Muchos puntos de contacto, muchos canales, muchos mensajes, muchas llamadas… Los silos en los que trabaja cada departamento son una de las dificultades a las que se enfrentan las grandes empresas, cuando quieren mejorar la experiencia de sus clientes. Decenas de equipos diferentes que no colaboran, no comparten más que pinceladas de información, hacen que sea muy difícil tener una visión unificada de los clientes. A esto se une una cantidad de información en forma de opiniones, llamadas, encuestas o *chats* que está creciendo de manera exponencial, y que hace que se analice sólo una fracción de lo que es importante,

perdiendo visibilidad, accionabilidad y posibilidades de mejoras operativas.

Esta situación impacta en la retención de clientes y empleados, en las ventas, en los costes de servicio, en la satisfacción de los profesionales y sus clientes, y en muchas otras métricas críticas para la supervivencia de la empresa.

Es precisamente aquí donde Sprinklr brilla. Somos los únicos que tenemos la capacidad de recoger y analizar cada opinión, llamada, *chat*, encuesta y mensaje. Contamos además con un motor de IA propietario que predice qué es accionable y qué no, qué es positivo y qué no, y qué mejores pasos (*workflows* o respuestas) se han usado de manera exitosa para resolver cada situación.

Grandes empresas como Prada o Marriott han visto un impacto enorme en NPS, AHT, FCR, coste de servicio, ventas cruzadas… Y están posicionadas para servir mucho mejor a sus clientes en un entorno tremendamente demandante.

¿Qué proyectos han puesto en marcha recientemente o tienen previstos?

El más reciente del que podemos hablar es uno de esos proyectos que nos hacen sentirnos orgullosos. T-Mobile, la mayor empresa de telecomunicaciones del mundo, ha puesto a sus 40.000 agentes en 11 países a trabajar con nosotros en todos los canales: voz, *chats*, Whatsapp, redes sociales… Los agentes de T-Mobile van a ser ayudados por nuestra IA para hacerles más eficientes y más felices, ahorrando además costes a la empresa.

Estamos en un momento muy bonito en España y Portugal. Sin poder dar nombres específicos, dos de las grandes Telcos y uno de los tres mayores bancos han empezados a trabajar con nosotros este año, y el final de año se presenta muy emocionante porque esto no ha hecho más que empezar. La apuesta de Sprinklr por nuestro país es total, y tenemos a los equipos preparados para lo que viene.

¿Podría destacar las características únicas que distinguen a Sprinklr de otras compañías en el mismo sector?

Son varias las razones por las que destacamos, pero si tengo que priorizar diría que la tecnología en la que estamos basados hace que sigamos siendo líderes en innovación. Además de ello, nuestro foco en el impacto de negocio nos obliga a cuantificar el retorno económico que tienen las empresas cuando trabajan con nosotros, para así asegurar un ROI adecuado.

Independientemente de esto, y como razón principal, todo el éxito que estamos teniendo es gracias a un equipo inigualable. Javi, Violeta, Dio, Laura, Adri, Julio, Enrique, Edgar, Jon, Gonzalo… Es un placer y un aprendizaje continuo trabajar con ellos.

¿Qué supone para Sprinklr ser patrocinador platino de la Asociación DEC? ¿Es complejo mejorar la experiencia de cliente en las grandes empresas de España?

Nuestra apuesta por DEC es una muestra de que nuestro foco es la Experiencia de Cliente. No hay mejor escaparate que la Asociación DEC para demostrar que nuestra presencia y crecimiento no es casual.

Con respecto a la complejidad de mejorar la CX en las grandes empresas, es precisamente DEC el que puede ayudar con esto. Ya no es solamente que las grandes empresas tecnológicas de Experiencia patrocinen DEC, sino el hecho de pertenecer a una comunidad cada vez más importante de profesionales enfocados en la Experiencia de Cliente.

¿Quién es Luis Alcedo? Háblenos de su trayectoria profesional y desde cuándo lidera esta compañía.

Mi carrera se ha enfocado en su totalidad en la venta de soluciones tecnológicas. Tras pasar por Intel y otras empresas, he liderado equipos de ventas internacionales en varios países. Mi paso al "lado oscuro" de la experiencia de cliente fue tras abandonar Oracle, pasando a liderar un equipo internacional desde Londres. Tras 4 años en Medallia, hace algo más de un año, Sprinklr confió en mí y me nombró Country Manager para Iberia e Israel.

La visión de la empresa y la increíble tecnología me convencieron de que el futuro está en escuchar y accionar el 100% de las opiniones, y en siempre estar atento a las necesidades de los clientes para que la plataforma crezca a la vez que sus clientes.

El contar con la mejor plataforma, el mejor equipo y muchas ganas de comernos el mundo, nos acercan cada vez más a nuestra misión: Ayudar a todas las empresas del mundo a hacer a sus clientes más felices ■

Fotos: Nina Prodanova