

IAG APLICADA A PROGRAMAS VOC

Introduciendo Ipsos Facto

Jame Ferrand
Eduardo Martínez

7/05/2024

4 GRANDES PROBLEMAS DE LA IA GENERATIVA



Creemos que la mejor solución es la que da la integración de la ia con la HI... Y cada vez tenemos más experiencia en ello

Imaginación Creatividad Curiosidad

HI

Ir más allá de lo obvio
Hacer preguntas perspicaces
Leer lo no dicho
Fomentar la empatía
Conectar con una visión más amplia
Tomar decisiones de negocio

AI

Eficacia Inspiración

Crear nuevas hipótesis
Idear ("qué pasaría si")
Limitar el sesgo (confirmación, cansancio)
Desafiarnos a nosotros mismos
Acceder rápidamente a una gran cantidad de datos



Necesidad de una IA responsable

La verdad

¿Es precisa la inteligencia artificial?
¿Cómo evitamos las alucinaciones y las falsas fabricaciones?

Belleza

Explicabilidad...
¿Podemos explicar y determinar el origen de los resultados? ¿De dónde proceden?

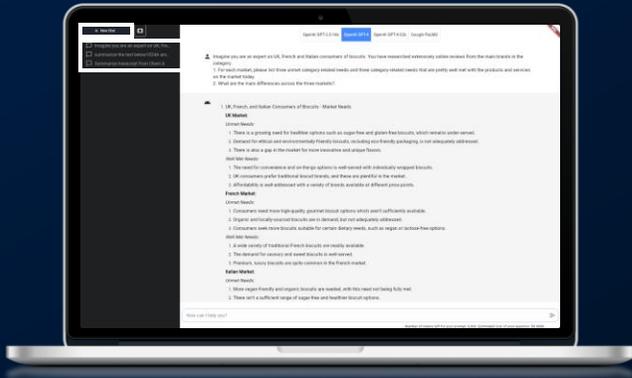
Justicia

Seguridad, privacidad, derechos y responsabilidades. ¿Cómo tratamos los datos de los participantes y clientes con integridad?



Ipsos Facto

Ipsos' Secure Gen AI Sandbox



Democratizar

Integrar Gen AI en la vida diaria de todos los empleados de Ipsos

Operar

Transcribir, codificar, extraer temas, traducir, resumir, generar datos principales, ideas...

Innovar

Nuevos productos y aplicaciones en Innovación, Informes, Seguimiento de marcas, Cualitativos...

¿Cómo podemos utilizar la IAG para sacar más partido a un programa de VoC?



Sabemos que, tras el gran esfuerzo de implantar un programa VoC hay partes de la organización que se “desconectan”: muchos dashboards, datos que no siempre se saben interpretar... la IAG nos ayuda a hacerlo todo más fácil!



Casos de uso en los que la IAG potencia un programa VoC:

1

Outer loop:

Profundizar en temas específicos e identificar mejores y peores prácticas.

2

Inner Loop:

Mejorar el análisis y categorización de todas las causas raíz de las alertas

3

Intangibles de la experiencia:

identificar aspectos más emocionales:
modelo CX
Forces.

4

Mejora de informes de PdV:

Enriquecer el análisis y potenciar planes de acción

Somos investigadores: sabemos que la metodología es clave

1. Identificamos la **Pregunta de negocio**
2. **Preparamos** la información
3. Usamos **Ipsos Facto**
4. **Revisamos e** interpretamos la información
5. **Entregamos** un informe sintético de resultados



Compañías que ya trabajan con Ipsos para recorrer juntos el viaje de la IA

En el mundo



L'ORÉAL



DIAGEO

En España



¿MÁS DETALLE?

jame.ferrand@ipsos.com

eduardo.martinez@ipsos.com

