

Renfe ficha a Irene para que lidere su giro comercial

Asistente virtual de la web, responde de viva voz a las preguntas de dos millones de clientes

ANTONIO RUIZ DEL ÁRBOL *Madrid*

Renfe ha puesto en marcha una auténtica revolución en los servicios de información a través de los que se comunica con los 500 millones de personas que cada año utilizan sus servicios; entre ellos, 22 millones en viajes de AVE y larga distancia. Se trata únicamente de un primer paso, ya que el fin de este trayecto se alcanzará cuando la operadora dé el vuelco que ya prepara para modernizar y homologar con otros modos de transporte sus sistemas de comercialización de billetes, especialmente con el aeronáutico.

Renfe trabaja de manera acelerada en la introducción en su red comercial de las técnicas de venta de billetes por suabasta y en tiempo real conocidas como *yield management*, que ya utilizan las compañías aéreas, los hoteles, las empresas de autobuses, etc. En la actualidad, la empresa aún arrastra un antiquado sistema que comercializa sus trenes con solo dos meses de antelación y se atiene a un rígido esquema de tarifas con la aplicación, solo en casos contados, de determinados descuentos.

La transformación coincide con el cambio normativo impuesto por la UE que impide que el AVE y los servicios de larga distancia reciban subvenciones. La empresa que preside Teófilo Serrano ha logrado que 2010 sea precisamente el primer año en la historia de Renfe que los trenes de alta velocidad han ofrecido un saldo de explotación claramente positivo. Sus beneficios, además, han permitido absorber las pérdidas reincentes de las líneas de larga distancia convencional.

El arranque de la revolución en marcha se ha hecho patente en la página web Renfe.com que, desde su profunda transformación en julio de 2010 hasta la fecha, ha logrado incrementar en 700.000 su número de usuarios. Hoy, con 6,41 millones de visitas al mes, ha logrado consolidarse entre las tres pági-

AVATAR

● Irene es un sofisticado producto informático que, en diferentes versiones, se puede encontrar en el mercado desde 2007 y 2008.

● En España lo ha desarrollado y lo suministra Informática El Corte Inglés, y



su operatividad se soporta sobre sofisticadas bases de datos.

● En las horas punta la afluencia de preguntas para el asistente obliga a Renfe a poner al servicio de esta facilidad hasta tres servidores funcionando en paralelo.

nas más utilizadas del sector de viajes. Se sitúa tras Google Maps y eDreams y sensiblemente destacada frente a las web de Vueling e Iberia.

Cuando un usuario entra en Renfe.com, en la esquina inferior izquierda de la pantalla de bienvenida se topa con quien se ha convertido en el buque insignia del giro comercial de la operadora ferroviaria.

Su nombre es Irene y se trata de un asistente virtual; un avatar con apariencia de una joven atractiva y locuaz que en menos de nueve meses de actividad ha llegado a ser el empleado ferroviario más popular de Renfe.

Más que un buscador

Irene es mucho más de lo que cualquier internauta entiende por un buscador. Se pueden mantener conversaciones con ella y aunque el usuario debe ofrecerle sus preguntas por escrito, Irene tiene su propia voz. En un amplio muestrario de cuestiones, sus indicaciones y respuestas demuestra que ha comprendido a la perfección el sentido de lo que se le solicita.

Del total de más de dos millones de preguntas y conversaciones que ha mantenido en sus nueve meses en la plantilla del operador ferroviario (una media superior a 8.000 contactos cada día), el 69% han estado relacionadas con la actividad principal de Renfe: horarios de trenes, precios de billetes, descuentos, lugares y opciones de compra, condiciones de equipajes, etc.

En otro 18% de los contactos, los clientes le han reclamado aclaraciones sobre cuestiones tangenciales al negocio de la operadora tales, como lugares donde encontrar una consigna, relación de au-



Renfe ofrece también el servicio de Irene en móvil.

Irene no solo se limita a contestar preguntas, también facilita enlaces web de interés para el usuario

tobuses o metro para hacer transbordos o servicios que se pueden encontrar en las distintas estaciones.

Pero Irene no se limita a contestar preguntas, también es capaz de proporcionar enlaces de internet que puedan ser de interés para su interlocutor (web de hoteles, callejeros, el tiempo, ayuntamiento, museos o agenda cultural del

lugar). Esta habilidad adicional es posible porque el asistente virtual deduce lo que se solicita en función de la cuestión que se le ha planteado. Los técnicos de Renfe responsables del asistente virtual aseguran que Irene es una buena alumna y cada día se perfecciona ofrece más respuestas y más precisas.

Irene también se ve obligada a enfrentarse a conversaciones informales y más de un cliente de Renfe ha intentado ligar e incluso le ha propuesto matrimonio. Ella se resiste y de manera educada desvía la conversación: "perdona, pero me veo obligada a desconectar esta sesión para atender a otros usuarios que reclaman mi ayuda".

Asistente virtual y motor de búsqueda de Google

Como base de la transformación que emprendió en julio de 2010, Renfe.com se ha apoyado en dos herramientas de gestión de la información: la primera es el asistente virtual o avatar bautizado con el nombre de Irene. La segunda, un motor de búsqueda de Google. Las dos están enfocados a facilitar y mejorar la experiencia del usuario en la navegación, y a favorecer el acercamiento de los clientes a los servicios de la

operadora. Por ahora los avances se han conseguido en el terreno de la información. Sin embargo, la introducción de elementos informáticos tan avanzados permiten que Renfe.com se aproxime día a día hacia el objetivo de convertirse en el eje central de los instrumentos de comercialización de la compañía.

A deferencia de lo que ocurría antes de julio del año pasado, en la nueva web no hay que volver a la

página de inicio para navegar a través de la profundidad de sus diversas pantallas. Desde cualquier nivel es posible acceder de manera directa al resto de los contenidos y funciones.

Desde la implantación de la nueva versión de la página en junio de 2010, hasta el pasado 14 de febrero, Renfe.com ha recibido 3,06 millones de solicitudes de información, lo que supone una media de más de 12.000 consultas al día.



Imagen de la pantalla de bienvenida de Renfe.com

Para establecer una conversación con el asistente virtual los usuarios entran en la web y pinchan en la pantalla de bienvenida. De manera inmediata recibirá la respuesta: "Soy Irene, asistente virtual de Renfe. Encantada de atenderle. Escriba la pregunta que desee en el apartado superior y le responderé al instante". Es el momento abrirse a una experiencia diferente.