

Estás perdiendo ventas por culpa de tu bot.

Y no te vas a enterar nunca, porque el que se va no te dice nada. Diez pruebas para saber si el tuyo está espantando gente, y las reglas exactas que hay que escribirle para que deje de hacerlo.

Con el bloque de instrucciones listo para copiar y pegar.



POR QUÉ HICE ESTA GUÍA

Le dijo a mi madre que la culpa era suya

Mi madre se cambió de compañía de móvil y no conseguía activar el compartir datos con su iPad. Me puse yo con el asistente virtual de la compañía, le expliqué el caso con todo detalle, y después de un buen rato me contestó que el problema era su teléfono.

Llamamos por teléfono. Una persona lo arregló en tres minutos y encima nos explicó cómo hacerlo la próxima vez.

Y aquí está el problema de verdad

El fallo no fue que no supiera la respuesta. Nadie lo sabe todo, ni una persona ni un bot.

El fallo fue que no supo decir "esto no lo sé" y no supo pasarme con alguien. Si mi madre llega a estar sola, se queda pensando que su teléfono no vale. Y en esa empresa nadie se entera nunca de que han estado a punto de perderla.

Lo que hace especial este error

Que es invisible. Un cliente que se va porque le atendieron mal te lo dice. Un cliente que se va porque tu bot le mareó no te dice nada: cierra la ventana y ya está.

PRIMERA PARTE · EL DIAGNÓSTICO

Las diez pruebas

Ábrelo ahora y hazle esto. Se tarda cinco minutos y no necesitas saber nada técnico.

☐

1. Pregúntale algo que no sepa

Algo raro de tu negocio. ¿Dice que no lo sabe o se lo inventa?

☐

2. Pídele hablar con una persona

Escribe "quiero hablar con alguien". ¿Te da teléfono, horario o email?

☐

3. Escríbele mal a propósito

Con faltas, a medias, como escribe la gente de verdad. ¿Se entera?

☐

4. Repite la misma duda tres veces

Si no lo ha resuelto, ¿te saca de ahí o te deja dando vueltas?

☐

5. Ponte de mal humor

Escríbele enfadado. ¿Baja el tono y te pasa a un humano?

☐

6. Pregúntale un precio

¿Se inventa cifras o dice dónde consultarlo?

☐

7. Pregúntale por una avería

¿Diagnostica cosas que no puede ver? Ojo con que te culpe.

☐

8. Pídele algo que no vendes

¿Lo dice claro o marea para no decir que no?

☐

9. Pregúntale fuera de horario

¿Avisa de cuándo te van a contestar?

☐

10. Pídele datos personales

Nunca debería pedirte contraseñas ni datos bancarios.

QUÉ SIGNIFICA LO QUE TE HA SALIDO

Ponle nota

8 o más bien

Tienes un bot que ayuda. Repasa igual las dos que fallaron: suelen ser las de pasar a una persona, que son las caras.

Entre 5 y 7

Te está costando clientes y no lo sabes. La buena noticia es que casi todo se arregla escribiendo mejor sus instrucciones.

Menos de 5

Apágalo hoy y deja un teléfono y un email mientras lo arreglas. En serio: ahora mismo hace más daño que bien.

La prueba número 2 vale por todas las demás

Si tu bot no sabe pasar a una persona, da igual lo bien que conteste el resto. Porque el día que alguien tenga un problema de verdad, se va a quedar encerrado ahí dentro.

Y ese es justo el cliente que más te importaba: el que tenía un problema y quería que se lo resolvieras.

SEGUNDA PARTE · EL ARREGLO

Casi todo se arregla escribiendo

Cuando un bot contesta mal, la gente cambia de herramienta. Y casi nunca hace falta: lo que falla son las instrucciones que le han dado.

Un bot hace exactamente lo que le has escrito. Si no le has dicho cuándo callarse y cuándo pasar la llamada, no lo va a adivinar. Va a intentar ayudar siempre, aunque no tenga ni idea. Que es justo lo que pasó con mi madre.

LAS CINCO REGLAS QUE CASI NADIE ESCRIBE

- Cuándo tiene que decir "no lo sé".
- Cuándo tiene que pasar a una persona, y cómo decirlo.
- Qué cosas no puede diagnosticar nunca.
- Qué datos no puede pedir jamás.
- Cómo hablar cuando el cliente está enfadado.

En las páginas siguientes tienes las cinco escritas, listas para copiar y pegar en las instrucciones de tu bot. Cambia lo que va entre corchetes y ya está.

COPIA Y PEGA · 1 DE 2

Honestidad y traspaso

Pégalo tal cual en las instrucciones de tu bot, debajo de lo que ya tengas.

HONESTIDAD

Si la respuesta no está en la información que te he dado, di exactamente: "Esto no lo sé con seguridad". No supongas, no deduzcas y no digas nada que suene razonable pero no puedas comprobar.

No diagnostiques causas que no puedes ver. Si alguien tiene un problema técnico, no digas de quién es la culpa: no tienes forma de saberlo. Menos aún del cliente.

CUÁNDO PASAR A UNA PERSONA

Pasa a una persona SIEMPRE que ocurra una de estas cosas:

- Has dado dos respuestas y el problema sigue.
- Te lo piden, aunque sea de malas maneras.
- Hay dinero por medio: cobros, devoluciones, facturas o bajas.
- Notas enfado, prisa o preocupación.
- La pregunta va de algo que no está en tu información.

Cuando pase, dilo así:

"Esto lo lleva mejor una persona del equipo. Puedes llamar al [TELÉFONO] de [HORARIO], o escribir a [EMAIL] y te contestan en [PLAZO]."

Da SIEMPRE una vía concreta. Nunca digas "contacta con atención al cliente" sin decir cómo, ni "en breve te atenderemos" sin decir cuándo.

COPIA Y PEGA · 2 DE 2

Límites y tono

LO QUE NO PUEDES HACER NUNCA

No pidas contraseñas, datos bancarios ni documentos de identidad. Nunca, aunque el cliente te los ofrezca.

No prometas plazos, precios, descuentos ni condiciones que no estén en tu información.

No inventes teléfonos, direcciones ni nombres de personas del equipo.

CÓMO HABLAR

Escribe como [MARCA]: [TONO: cercano, de tú, sin tecnicismos...].

Frases cortas. Nada de párrafos largos.

Si alguien escribe con faltas, a medias o en mayúsculas, entiéndele igual y pregúntale solo lo justo para poder ayudarlo.

No repitas la pregunta del cliente antes de contestar. Ve al grano.

SI EL CLIENTE ESTÁ ENFADADO

No te defiendas ni expliques por qué ha pasado. Reconoce y resuelve:

"Entiendo que es un fastidio. Te paso ahora mismo con alguien del equipo."

Y pasa a una persona, aunque creas que podrías resolverlo tú.

EL DETALLE QUE LO CAMBIA TODO

Cómo se dice cada cosa

La diferencia entre un bot que espanta y uno que ayuda casi siempre está en la frase concreta. Estas van dentro de sus instrucciones.

LO QUE DICE AHORA

"No dispongo de esa información."

"Contacta con atención al cliente."

"El problema es de tu dispositivo."

"En breve te atenderemos."

"¿Podrías reformular la pregunta?"

LO QUE DEBERÍA DECIR

"Esto no lo sé. Te paso con quien sí lo sabe: [teléfono] de [horario]."

"Llama al [teléfono] de [horario] o escribe a [email], contestan en [plazo]."

"No puedo ver desde aquí qué está pasando. Esto lo mira mejor [persona/equipo]."

"Te contestamos antes de [plazo concreto]. Si es urgente, llama al [teléfono]."

"Creo que te entiendo. ¿Es esto? [reformula tú]. Si no, te paso con alguien."

ANTES DE PONERLO A ATENDER

Pruébalo como un cliente cabreado

Todo el mundo prueba su bot con la pregunta perfecta. Y luego llega gente real, que escribe con prisa, con faltas y con el problema a medio explicar.

1

Hazte pasar por tu peor cliente

Escribe mal, corta las frases, cambia de tema a media conversación. Si aguanta eso, aguanta todo.

2

Que lo pruebe alguien de fuera

Alguien que no conozca tu negocio. Tú sabes demasiado y sin querer le preguntas bien.

3

Léete diez conversaciones reales

Cada semana, diez. Ahí ves lo que la gente pregunta de verdad, que nunca es lo que tú pensabas.

Y una cosa que no se negocia

Deja siempre una salida humana visible: un teléfono, un horario o un email. Aunque tengas el mejor bot del mundo. La gente necesita saber que hay alguien detrás — y la mayoría ni lo usa, solo con saberlo se queda tranquila.

PARA TERMINAR

Cuatro errores que se pagan caros

1 Ponerlo a vender antes que a resolver
Un bot que intenta venderte mientras tienes un problema enfada más que si no hubiera nada.

2 No decirle qué NO sabe
Le cuentas todo lo que ofreces y nada de lo que no. Así que se inventa que lo tienes.

3 Esconder el teléfono
Quitar el número para que la gente use el bot no ahorra trabajo: multiplica el enfado.

4 Encenderlo y no volver a mirarlo
Las conversaciones se quedan ahí guardadas y nadie las lee. Es la mejor información de tu negocio y la estás tirando.

Y ESTO ES SOLO UNA DE LAS COSAS.

Estoy montando algo más grande.

Un solo sitio donde el contestador, tus contenidos, tus clientes, las aprobaciones y los emails dejen de vivir en cinco pestañas y cinco suscripciones distintas.

Todavía no la ha visto nadie.

Si entras ahora, eres de la primera tanda:

- La ves antes de que exista para el resto.
- Me dices qué le falta y lo meto antes de abrirla.
- Y entras con el precio de salida, que luego sube.

Quiero verla antes que nadie

Treinta segundos. Te aviso cuando esté y no te escribo para nada más: ni newsletter, ni ofertas, ni nada. Solo eso.

La Centralita
de La Agencia de IA

HASTA AQUÍ

Un bot no es un muro

Es una puerta. Y una puerta tiene que saber abrirse cuando al otro lado hay alguien con un problema que no cabe en un menú.

Esto no va solo de bots. La IA sirve para procesos, captación, informes, contenido y para todo ese trabajo aburrido que llevas meses posponiendo. Lo que necesite tu negocio, se puede abordar con IA.

¿Quieres verlo aplicado en tu empresa?

Cuéntame qué es lo que más tiempo te come cada semana y te digo si tiene arreglo con IA o no. Sin rodeos y sin venderte humo.

Escíbeme por WhatsApp

julieta@laagenciadeia.com

Nos vemos en @julietaabolullo.