



Las diez preguntas que todos los chatbots legales deben hacer a los clientes

Los *chatbots* son cada vez más habituales en los servicios de marketing de las empresas para relacionarse con sus clientes. Los despachos de abogados que disponen de un *bot* conversacional pueden considerar que tienen un trabajador más en su plantilla, ya que **la primera vez que los clientes inician contacto con la firma legal lo hacen a través de esta herramienta**, por lo que actúa de intermediaria o puente entre ambas partes.

El medio internacional [The Impact Lawyers](#) publicó un artículo abordando la importancia que tienen los *chatbots* jurídicos, ya que las firmas legales se benefician de las ventajas que les ofrece este sistema de inteligencia artificial, como es asistencia durante las 24 horas del día, incluidos los fines de semana, y la reducción del esfuerzo humano de los trabajadores al mismo tiempo que se ofrece una experiencia personalizada a los clientes. No obstante, el magazine también hacía mención en el texto que, aunque se trata de un servicio inteligente que ofrece muchas ventajas, puede tener fallos técnicos o quedarse anticuado a las necesidades de los clientes.

Los *chatbots* son herramientas útiles para mejorar la atención al cliente. Este factor es esencial para cualquier empresa, incluid ...