



Piensa más allá de la CRM tradicional para mejorar el servicio de atención al cliente

La CRM se centra en las ventas, no en el servicio. Inclúyelo todo en una solución de servicio de un extremo a otro que cumple con las altas expectativas de los clientes de hoy en día.

No es tu imaginación: hoy en día, los clientes son diferentes. Esperan una relación personalizada con tu empresa (no una interacción puntual) y un servicio sin problemas en cada punto de contacto. La comodidad de un clic se está convirtiendo en la norma y no hay un momento más crítico que cuando el cliente se enfrenta a un problema.

Una de tus mayores oportunidades de ofrecer una experiencia superior es mediante el servicio de atención al cliente y la CRM tradicional ya no está a la vanguardia. Para transformar las quejas de un servicio de atención al cliente en elogios (y diferenciar a tu empresa de la competencia) se requiere una solución de servicio de atención al cliente de un extremo a otro.

¿Qué significa eso exactamente?

- Las soluciones de CRM tradicionales para el servicio de atención al cliente priorizan la interacción con los clientes de forma reactiva y el seguimiento de los casos. Los problemas permanecen abiertos porque el servicio de atención al cliente no está conectado con otros departamentos de la organización.
- Las soluciones de un extremo a otro crean una experiencia de servicio de atención al cliente fluida en la que los problemas se identifican de forma proactiva y los departamentos internos están conectados para resolver los problemas de los clientes con mayor rapidez y para siempre.





Hablamos con **Farrell Hough**, vicepresidenta sénior de productos de flujo de trabajo de clientes de ServiceNow®, acerca de cómo una solución de servicio de atención al cliente que se centra en el servicio (no solo en el registro de llamadas) y conecta todos los departamentos de la organización puede ayudarte a proporcionar un servicio excepcional que supere las expectativas de tus clientes.

P Algunas empresas son conocidas por proporcionar experiencias del cliente excepcionales, mientras que otras destacan por su torpeza. ¿Qué pueden hacer las organizaciones para crear una experiencia que las diferencie del resto (positivamente)?

R Las empresas que lo hacen bien buscan constantemente maneras de dar prioridad al cliente y consideran que el servicio de atención al cliente es un componente fundamental para lograr una experiencia del cliente excelente. Aquellas que se apoyan en el servicio de atención al cliente como un diferenciador clave, traspasando los límites de lo que es posible, son las que obtienen una ventaja competitiva. La mejor herramienta que puede tener una empresa es una solución orientada al servicio, que combine la interacción con el cliente con las operaciones de servicio para resolver los problemas de los clientes y permitir que estos participen de la manera que más les convenga.

P Describe una experiencia de servicio de atención al cliente fantástica que hayas tenido hace poco. ¿Qué la hizo destacar?

R Me puse en contacto con una empresa después de un caso de fraude con la tarjeta de crédito. Cuando registré el caso, me mostraron que se había recibido y el flujo de trabajo que atravesaba. No cayó en un agujero negro. Esa transparencia, haciéndome saber en qué parte del proceso se encontraba mi caso, me permitió estar tranquila y centrarme en otros asuntos. Si puedes comenzar a ser vulnerable con tus clientes y compartir un poco más siendo más transparente, aumenta su confianza y se desarrolla ese tipo de relación.

Inconvenientes de utilizar la CRM tradicional para el servicio de atención al cliente

Sencillamente, tu sistema de CRM de ventas no se diseñó para el servicio de atención al cliente y, en un mundo donde el servicio es determinante para la experiencia del cliente, tu organización debe evolucionar del antiguo planteamiento de centrarse solo en la interacción con el cliente y en el seguimiento de casos.

En cambio, la gestión del servicio de atención al cliente de un extremo a otro:

- mejora la responsabilidad de otros departamentos para resolver los problemas de los clientes,
- automatiza los flujos de trabajo para brindar un servicio más rápido y eficiente, y
- detecta los problemas pronto y notifica de forma proactiva a los clientes de los problemas pendientes o importantes.

Servicio de un extremo a otro en el mundo real

Shelly es madre de dos hijos. A su hija acaban de diagnosticarle autismo y un trastorno convulsivo. Se siente abrumada por la noticia y llama a su proveedor de asistencia sanitaria.

La derivan a Morgan, asesora de asistencia sanitaria de clientes. El espacio de trabajo de agente de Morgan, con tecnología de ServiceNow, le muestra que Shelly llama por su hija y que últimamente ha buscado artículos en Internet sobre información relacionada con prestaciones y derechos. Shelly le cuenta a Morgan que desea conocer qué programas están disponibles y también quiere que la derive a un proveedor de asistencia sanitaria de su zona. Ahora Morgan puede explicarle todo eso fácilmente. La información sobre prestaciones, que estaba disponible en una aplicación completamente diferente, ahora está a su alcance en el mismo escritorio de agente. Además, Shelly le pide que la derive a su terapeuta. Esa información también se encuentra ahí mismo, en el escritorio. Morgan incluso se ofrece a pedirle la cita.

Cuando Morgan está terminando, echa un vistazo a la información de recetas y ve un indicador de que hay una receta que debería despacharse. Le pregunta a Shelly si desea que lo haga. A Shelly le encanta la idea, ya que tenía pensado ir para que le despacharan la receta. Antes, el agente habría necesitado ayuda y habría tenido que pasarle el asunto a un equipo totalmente diferente.

P ¿En qué se diferencia la solución de servicio de atención al cliente de ServiceNow de una CRM tradicional?

R Una CRM es fantástica para las ventas, pero no se diseñó para una experiencia de servicio de un extremo a otro. Los módulos de servicio de CRM permiten registrar un caso de un problema, pero nada más, y eso no es útil para ninguna de las partes implicadas. En cambio, ServiceNow se centra mucho en el servicio; de hecho, la palabra "servicio" está en nuestro nombre. Nuestra solución proporciona a todos los departamentos de una organización visibilidad de los problemas de los clientes, lo que permite que el servicio de atención al cliente esté más preparado para trabajar con los departamentos en los que radica la causa principal del problema. Pueden utilizar el flujo de trabajo para asignar tareas, reflexionar sobre las soluciones y garantizar que se eviten los obstáculos y los retrasos para que los problemas se resuelvan más rápido. Nuestra solución ofrece el tipo de integración y características sólidas que ayudan a resolver los problemas de los clientes con rapidez, sin obstáculos e incluso de forma proactiva.

P ¿Puedes explicarnos más en profundidad por qué es un error utilizar la CRM tradicional para el servicio de atención al cliente?

R Con un sistema de CRM, el agente se centra principalmente en la venta y la oportunidad de sacar partido. Cuando registra la llamada, no hay una conexión back-end con otros departamentos de la organización que son los que realmente pueden solucionar el problema. El énfasis suele estar puesto principalmente en qué más se le puede ofrecer al cliente, en vez de centrarse en su experiencia y en cómo solucionar rápidamente este problema, llegar a la causa raíz y evitar que vuelva a suceder. Básicamente, se trata de una gestión de reacciones a llamadas, en la que a menudo se dedica mucho tiempo a las ventas aumentadas o cruzadas que no son oportunas.

Supongamos que estás hablando con un agente del servicio de atención al cliente y su sistema de CRM le dice que intente realizar ventas aumentadas o cruzadas. Lo que no puede ver es que la semana pasada experimentaste una interrupción grave en el servicio proporcionado. El agente no dispone de un contexto real sobre la situación en la que se está adentrando, así que está abocado al fracaso. Si las prioridades del agente no están alineadas con el cliente en un momento de necesidad y solo intenta realizar una venta cruzada o registrar la llamada, la sensación no será buena desde el principio y no será posible crear una experiencia del cliente satisfactoria.

La otra cara de la moneda también es verdad: si el servicio proporcionado va realmente bien y vemos un repunte en el uso, es una oportunidad para realizar ventas aumentadas o cruzadas. Ese tipo de información se pasa por alto con una CRM tradicional.

P ¿Hay algo que pueda hacer una empresa que depende de una CRM para conseguir una solución de servicio de atención al cliente de un extremo a otro?

R Si la empresa utiliza actualmente la CRM para el servicio de atención al cliente, es probable que afronte dificultades con consultas y problemas que el agente no puede responder durante la interacción. Cuando se transforme para orientarse hacia el servicio, los agentes contarán con los procesos y las herramientas necesarias para conectar a los agentes con otros equipos para diagnosticar el problema, solucionarlo y encontrar la causa raíz para evitar que otros clientes tengan el mismo problema en el futuro.

Sin embargo, esto no quiere decir que haya que sustituir la CRM por completo. Nuestra solución se integra con los datos de automatización del equipo de ventas. Las empresas no tienen que sustituir su inversión en CRM en ventas y marketing.

P ServiceNow es conocida como una empresa potente de soluciones de TI. ¿Por qué decidisteis entrar en el ámbito del servicio de atención al cliente?

R ServiceNow detectó una necesidad no cubierta en el mercado al no poder encontrar una solución que cumpliera con nuestros estándares para proporcionar servicios a nuestros clientes, así que creamos una. También se volvió muy obvio, especialmente porque la transformación digital se ha convertido en una prioridad empresarial, que el departamento de TI es el que tiene todos estos aprendizajes sobre la gestión de servicios dentro de la organización que podrían aplicarse al servicio de atención al cliente fuera de la organización. Now Platform® de ServiceNow ha ofrecido desde hace tiempo experiencias óptimas a los equipos de TI mediante un único modelo de datos y base de datos que incorpora integraciones nativas. Ahora estamos aplicando todo eso a las organizaciones de servicio de atención al cliente.

P ¿Hacia dónde se dirige ServiceNow en los próximos dos a cinco años con sus soluciones de servicio de atención al cliente? ¿Dónde se centran las inversiones en I+D?

R Además de nuestro enfoque en la IA, los bots de chat y el servicio proactivo, hay dos áreas en las que estamos invirtiendo mucho. La primera es la experiencia omnicanal. Queremos cumplir con la promesa de que los clientes puedan interactuar con el servicio de atención al cliente bajo sus condiciones y del modo que deseen, es decir, en el dispositivo y el canal que elijan, y en cualquier momento y lugar. También significa garantizar continuidad en la atención, satisfaciendo sus necesidades en interacciones enlazadas de canal a canal y de agente a agente. Como industria, tenemos un largo camino por delante para crear esas conexiones y garantizar una buena experiencia, por lo que vamos a invertir mucho en esto.

La segunda área aborda el efecto tsunami que está experimentando la transformación digital. Independientemente del lado en el que estés, tanto si eres el disruptor como si sufres la disrupción, la digitalización de los flujos de trabajo y los servicios está creando la demanda de una experiencia del cliente conectada. Existe una oportunidad enorme en el área de servicios de campo. Las empresas deben poder utilizar esa conectividad para abordar los problemas con rapidez y transparencia, incluso de forma proactiva, de modo que los clientes ni siquiera lleguen a sufrir un problema.

El servicio de atención al cliente es clave para satisfacer y superar las grandes expectativas de los clientes de hoy en día y es un diferenciador muy potente en el mundo actual. ServiceNow permite un servicio de un extremo a otro proactivo y dispone de las habilidades técnicas necesarias para manejar entornos complejos, flujos de trabajo e integraciones con sistemas heredados, por lo que es una combinación ganadora para cualquier empresa centrada en la experiencia del cliente.

Piensa más allá de la CRM con Customer Service Management de ServiceNow.

Más información

servicenow