

Interacción con el cliente: ampliar la capacidad para afrontar cualquier imprevisto

Seis prácticas recomendadas de los líderes en
servicio de atención al cliente

El impacto del coronavirus en el servicio de atención al cliente

"En solo dos semanas, una empresa media de nuestro estudio recibió un porcentaje de llamadas calificado como 'difícil' al pasar de un nivel habitual del 10 % a más del 20 %... En algunas de las empresas analizadas, los tiempos de espera aumentaron hasta en un 34 % y las derivaciones (llamadas transferidas a una instancia superior) se dispararon más allá del 68 %".

- "Supporting Customer Service Through the Coronavirus Crisis", por Matthew Dixon, Ted McKenna y Gerardo de la O., abril de 2020, Harvard Business Review.

En tiempos difíciles, la interacción con el cliente se convierte en un desafío

Durante los momentos de incertidumbre, los clientes quieren tener la seguridad de que estás ahí y que te comprometes a ayudarlos. Quieren saber que sus inquietudes se tienen en cuenta y que cualquier problema que tengan se solucionará lo antes posible. En principio, la mayoría de las organizaciones están comprometidas con proporcionar una gran experiencia del cliente con un alto nivel de servicio y certeza, pero, en la práctica, muchas tienen dificultades para lograrlo.

La crisis de la COVID-19 ha puesto de manifiesto esta desigualdad. Muchas organizaciones se esforzaron por seguir prestando servicio a sus clientes cuando cerraron sus oficinas y tiendas, y los empleados de sus centros de contacto y equipos de soporte de atención al cliente pasaron a trabajar desde casa. Con menos recursos disponibles y una tecnología insuficiente, tuvieron que arreglárselas para abordar los picos de volumen de servicio y responder eficientemente a las cambiantes demandas de los clientes. ¿Qué podemos hacer para preparar el servicio de atención al cliente ante cualquier circunstancia imprevista que nos depare el futuro?

“

Entre los clientes que amenazan con prescindir de la empresa, aquellos con una interacción considerada difícil tenían menos del 4 % de probabilidades de aceptar la oferta de la empresa en comparación con los clientes cuyas interacciones eran fáciles, cuyo índice de probabilidad era del 20 %”.

- "Supporting Customer Service Through the Coronavirus Crisis", por Matthew Dixon, Ted McKenna y Gerardo de la O., abril de 2020, Harvard Business Review.

Agiliza el servicio al cliente cuando ocurra lo inesperado

Si algo hemos aprendido a partir de los eventos recientes, es que el servicio de atención al cliente debe estar preparado para todo. Es más fácil que nunca que un cliente busque en otro lado si no puedes ofrecerle lo que necesita. No les des una razón para hacerlo. Asegúrate de ocuparte de cualquier cosa que requieran, de forma rápida y eficiente, bajo cualquier circunstancia.

Para ello, es necesario eliminar los procesos manuales deficientes y los silos de información que obstaculizan tu capacidad para responder a los clientes e interactuar con ellos de una manera significativa. Si tu enfoque hacia la interacción con el cliente no daba prioridad a la experiencia digital o en línea, ahora es imprescindible que lo haga. Pero para que la digitalización sea efectiva, debe simplificar la interacción y crear eficiencias. Se requiere la implementación de capacidades para lograr los siguientes objetivos:

- **Incrementar el uso del autoservicio con soluciones automatizadas**
- **Ayudar a los clientes a completar las solicitudes y obtener respuestas rápidamente**
- **Capacitar a los agentes para que ayuden a los clientes y resuelvan los problemas de forma automática**

Veamos en detalle todas estas capacidades...

The logo for basware, consisting of the word "basware" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

Basware ofrece ahora una experiencia de soporte coherente y de alta calidad a todos sus clientes gracias a un portal de servicio de atención al cliente, una base de conocimiento integrada y flujos de trabajo inteligentes de gestión de incidentes. El portal del cliente ha permitido reducir el volumen de correo electrónico recibido en un 94 %, lo que prácticamente elimina el procesamiento manual de correos electrónicos.

MÁS INFORMACIÓN

Incrementar el uso del autoservicio con soluciones automatizadas

A los clientes les gusta tener el control. Quieren elegir cómo, cuándo y dónde interactúan contigo, o incluso si quieren o no hacerlo. Ofrecer a los clientes la posibilidad de seguir un proceso automatizado de autoservicio les da la capacidad de encontrar respuestas a preguntas comunes y resolver rápidamente solicitudes comunes. Este tipo de servicio mejora la satisfacción del cliente y disminuye el volumen de casos de los agentes al reducir las llamadas de los clientes, que consumen mucho tiempo de los agentes y son costosas para la empresa.

Implementa las siguientes capacidades de autoservicio automatizadas que permiten a los clientes resolver los problemas por sí mismos:

- **Un centro o portal en línea personalizado** con información y recursos contextuales y útiles a disposición de los clientes, donde puedan localizar datos, realizar un seguimiento del estado de los casos abiertos o solicitar asistencia cuando lo necesiten.
- **Un catálogo de servicios** que permita a los clientes solicitar rápidamente los servicios o productos que necesiten. El catálogo debe estar vinculado a flujos de trabajo digitales que automaticen la solicitud para reducir la necesidad de puntos de contacto directo con agentes y acelerar la resolución.
- **Una base de conocimiento** donde los clientes puedan buscar las respuestas y la información que necesitan, así como otra información que pueda ser relevante para resolver su problema o complementaria para su servicio.

Service Catalog de ServiceNow en acción:

Con ServiceNow, los clientes pueden acceder al portal de una organización y seleccionar lo que quieren hacer en una lista de servicios disponibles, como sustituir una tarjeta bancaria o actualizar una licencia de propiedad. Una vez hecha la solicitud, el flujo de trabajo la deriva automáticamente a los departamentos correctos dentro de la organización y automatiza las tareas que se deben completar.

El cliente puede supervisar el progreso a través del portal y recibir notificaciones de cualquier requisito adicional que deba proporcionar, como documentos o firmas. Una vez completada la solicitud, se notificará automáticamente el resultado al cliente a través del canal de comunicaciones que haya elegido.

Ayudar a los clientes a completar las solicitudes y obtener respuestas rápidamente

Todo aquello que sirva para hacer que la experiencia del cliente sea fácil y cómoda ayudará a generar fidelidad y a aumentar la productividad de los agentes. El objetivo es utilizar la automatización y la inteligencia artificial (IA) para completar el mayor número de tareas posible con antelación, antes de que los agentes se involucren (o, mejor aún, para evitar que tengan que participar). De este modo, los agentes pueden centrarse en los problemas o las solicitudes más complejos y que realmente requieren de la intervención humana.

Para acelerar la resolución, aumentar la capacidad de respuesta y reducir el coste de procesar solicitudes comunes y tareas rutinarias, procura implementar los siguientes recursos:

- **Agentes virtuales (bots de chat con IA)** con los que los clientes pueden interactuar para obtener respuesta para sus dudas o completar solicitudes. Estos agentes virtuales deben ofrecer una experiencia basada en la conversación mediante la tecnología de comprensión del lenguaje natural (CLN) y la IA avanzada para localizar y entregar la información adecuada en el momento oportuno. Las respuestas pueden incluir artículos de conocimientos, publicaciones de la comunidad de clientes y soluciones automatizadas de un catálogo de servicios.
- **Rutas de derivación claras** que garantizan que los problemas complejos o de prioridad alta se transfieran automáticamente a los agentes que están mejor capacitados para ayudar al cliente y resolver su problema de forma rápida.

Incrementar
el uso del
autoservicio

► Completar
solicitudes
comunes

Capacitar a
los agentes

Prácticas
recomendadas

- **Soporte omnicanal** para ofrecer una experiencia coherente y cohesiva en todos los canales: web, teléfono, chat, mensajes, correo electrónico y redes sociales.

proximus

Los flujos de trabajo digitales están facilitando una resolución rápida de alrededor de 10 000 casos cada mes. Además, con la ayuda de una herramienta de diagnóstico y la redirección inteligente, los equipos se asignan automáticamente en función de sus habilidades, su disponibilidad y su ubicación. El objetivo final es liberar a los empleados de las tareas repetitivas e innecesarias para que puedan centrarse en los desafíos más complejos, que es donde pueden generar valor para la empresa.

MÁS INFORMACIÓN

"Los consultores de soporte tienen visibilidad completa de los casos y esta total transparencia les permite establecer prioridades. También pueden ver qué casos se están acercando al plazo de resolución establecido por nuestros SLA. Ahora compartimos los SLA de soporte con nuestros clientes para mostrarles nuestro compromiso por alcanzar elevados niveles de servicio, lo que denominamos la 'promesa de soporte de Basware'".

– Matthias Lippert, vicepresidente de servicios de atención al cliente en Basware

Cuatro meses después de la implementación de ServiceNow:

- El tiempo promedio de respuesta de soporte se redujo de cuatro horas a 55 minutos.
- El índice de satisfacción del cliente mejoró en un 11 %.

MÁS INFORMACIÓN

Incrementar
el uso del
autoservicio

Completar
solicitudes
comunes

► Capacitar a
los agentes

Prácticas
recomendadas

Capacitar a los agentes para que ayuden a los clientes y resuelvan los problemas de forma automática

Los problemas complejos o poco comunes de los clientes a menudo deben transferirse desde el autoservicio al soporte asistido por un agente. Debido a la dispersión de los empleados del centro de contacto, es posible que los agentes no tengan un fácil acceso a la información o los recursos que necesitan para ayudar a los clientes. Puede que no siempre sepan qué hacer o cuál es la mejor manera de ayudar cuando no tienen a otros agentes o a supervisores alrededor para compartir conocimientos o guiarles con las resoluciones.

Mantener la productividad de los agentes y garantizar resultados óptimos requiere la automatización de los flujos de trabajo, proporcionar contexto e historial de autoservicio y conectar el servicio de atención al cliente con el resto de la organización. Esto incluye a todas las personas, los procesos y la información que necesitan, en toda la organización, para abordar de la mejor manera las demandas y preocupaciones de los clientes. Para ayudar a los agentes a realizar su trabajo sin importar dónde estén trabajando, aplica las siguientes soluciones:

- **Espacios de trabajo de los agentes** que proporcionen una ubicación centralizada donde los agentes supervisen y gestionen todo su trabajo. Deben ser capaces de identificar y priorizar rápidamente los casos abiertos que requieren su atención, encontrar información relevante y conectarse con sus compañeros o con sus homólogos de los equipos de middle y back office para completar tareas y cerrar casos.
- **Administración de casos** que cree un único sistema de registro factible para abordar cualquier problema o solicitud creado por o para un cliente. El uso del aprendizaje automático para clasificar, priorizar y transferir los casos automáticamente a los agentes de servicio y equipos operativos correspondientes acelerará su progreso. Garantizar la transparencia en todas las tareas mantiene a todos en sincronía y acelera la resolución.
- **Asistencia para el agente** que ofrece respuestas, instrucciones e información de forma inteligente sobre lo que otros han hecho para responder o resolver casos similares al que tiene entre manos. Puede encontrar información sobre problemas similares y sus soluciones en otros casos, artículos de conocimientos, publicaciones en la comunidad y elementos del catálogo de servicios.



Prácticas recomendadas

1. Ampliar la experiencia de servicio

Utiliza flujos de trabajo digitales y procesos automatizados para optimizar la prestación de servicios, de modo que los agentes puedan abordar las cambiantes solicitudes de los clientes y volúmenes de casos, sin importar dónde se encuentren.

2. Permitir a los clientes encontrar las respuestas rápidamente

Ofrece capacidades de autoservicio automatizadas que ayuden a los clientes a obtener las respuestas que buscan cuando las necesitan. Las potentes herramientas que utilizan detalles contextuales, como portales personalizados y agentes virtuales conectados a bases de conocimiento, pueden ofrecer a los clientes un mayor control de su experiencia. Esto les permite encontrar la información correcta, hacer un seguimiento del estado del servicio y pedir ayuda cuando la necesiten.

3. Completar eficientemente las solicitudes comunes

Reduce las cargas de trabajo de los agentes y minimiza las llamadas de contacto de los clientes mediante catálogos de servicio y agentes virtuales que se encarguen de resolver las solicitudes comunes. Esto permite a los agentes centrarse en los problemas más complejos y las solicitudes que requieren de la intervención humana.

Incrementar
el uso del
autoservicio

Completar
solicitudes
comunes

Capacitar a
los agentes

► Prácticas
recomendadas

4. Resolver los problemas automáticamente

Utiliza la automatización y la inteligencia artificial para recopilar información y completar todo el trabajo posible con antelación. Automatiza los flujos de trabajo para asignar los casos a los agentes y equipos de operaciones necesarios para completar las solicitudes o resolver los problemas. Identifica información relevante y soluciones para evitar el trabajo duplicado.

5. Capacitar a los agentes con herramientas de productividad e información

Facilita el acceso de los agentes a todas las personas, los procesos y la información que necesitan, incluidos los conocimientos de sus compañeros y otros clientes, para optimizar la agilidad y la eficiencia de la prestación de servicios. Ayúdales a hacer un seguimiento de las tareas y a gestionar su carga de trabajo para mejorar los resultados y la productividad.

6. Conectar el servicio de atención al cliente con toda la organización

Elimina las desconexiones y los silos de información para garantizar que todos los involucrados en prestar servicio a un cliente puedan rastrear y gestionar el progreso de la solicitud o el problema del cliente, desde la creación hasta la resolución.



ServiceNow prepara el servicio de atención al cliente para cualquier circunstancia que nos depare el futuro

Estar preparado para lo inesperado requiere flujos de trabajo digitalizados capaces de automatizar los procesos y conectar el servicio de atención al cliente con el resto de la organización para poder abordar cualquier imprevisto. ServiceNow ayuda a optimizar el servicio de atención al cliente para responder rápidamente ante condiciones no previstas.

ServiceNow ofrece una plataforma de servicio de atención al cliente que reúne todo lo necesario y que conecta sin problemas la información, los procesos y los agentes del centro de contacto con los equipos de middle y back office, y de campo. ServiceNow va más allá de las soluciones tradicionales para proporcionar los flujos de trabajo digitales que necesitas para ampliar tu capacidad mediante autoservicio automatizado, la organización de operaciones resilientes y la gestión del trabajo basado en la ubicación con eficacia y seguridad. Como resultado, ten la seguridad de que podrás responder con rapidez para mantener la satisfacción de tus clientes y el rendimiento eficaz de tu empresa, tanto hoy como en el futuro.

Presentación de Customer Service Management de ServiceNow

Customer Service Management de ServiceNow® proporciona a los equipos de operaciones de servicio e interacción con los clientes flujos de trabajo digitales para la resolución de los problemas de los clientes mediante la colaboración de los equipos de front, middle y back office, abordar los problemas de forma proactiva y tratar las solicitudes comunes de forma instantánea.

[MÁS INFORMACIÓN](#)

Presentación de Field Service Management de ServiceNow

Field Service Management de ServiceNow® gestiona con eficacia y seguridad el trabajo basado en la ubicación al asignar desde el primer momento las personas y los equipos correctos, lo que maximiza el tiempo de uso, pues permite solucionar los problemas antes de que los clientes sean conscientes de ellos y mejora la eficacia de los técnicos, ayudando así a cumplir con los acuerdos de nivel de servicio.

[MÁS INFORMACIÓN](#)

Acerca de ServiceNow

ServiceNow (NYSE: NOW) es la empresa de software de nube empresarial con el crecimiento más rápido del mundo con más de mil millones de dólares. Fundada en 2004 con el objetivo de facilitar el trabajo a las personas, gracias a ServiceNow, los trabajadores pueden disfrutar del mundo laboral. Nuestra plataforma y soluciones con soporte en la nube incluyen flujos de trabajo digitales que permiten crear experiencias increíbles y multiplicar la productividad de más de 6200 clientes empresariales de todo el mundo, incluido casi el 80 % de las empresas Fortune 500. Para obtener más información, visita www.servicenow.es.

MÁS INFORMACIÓN