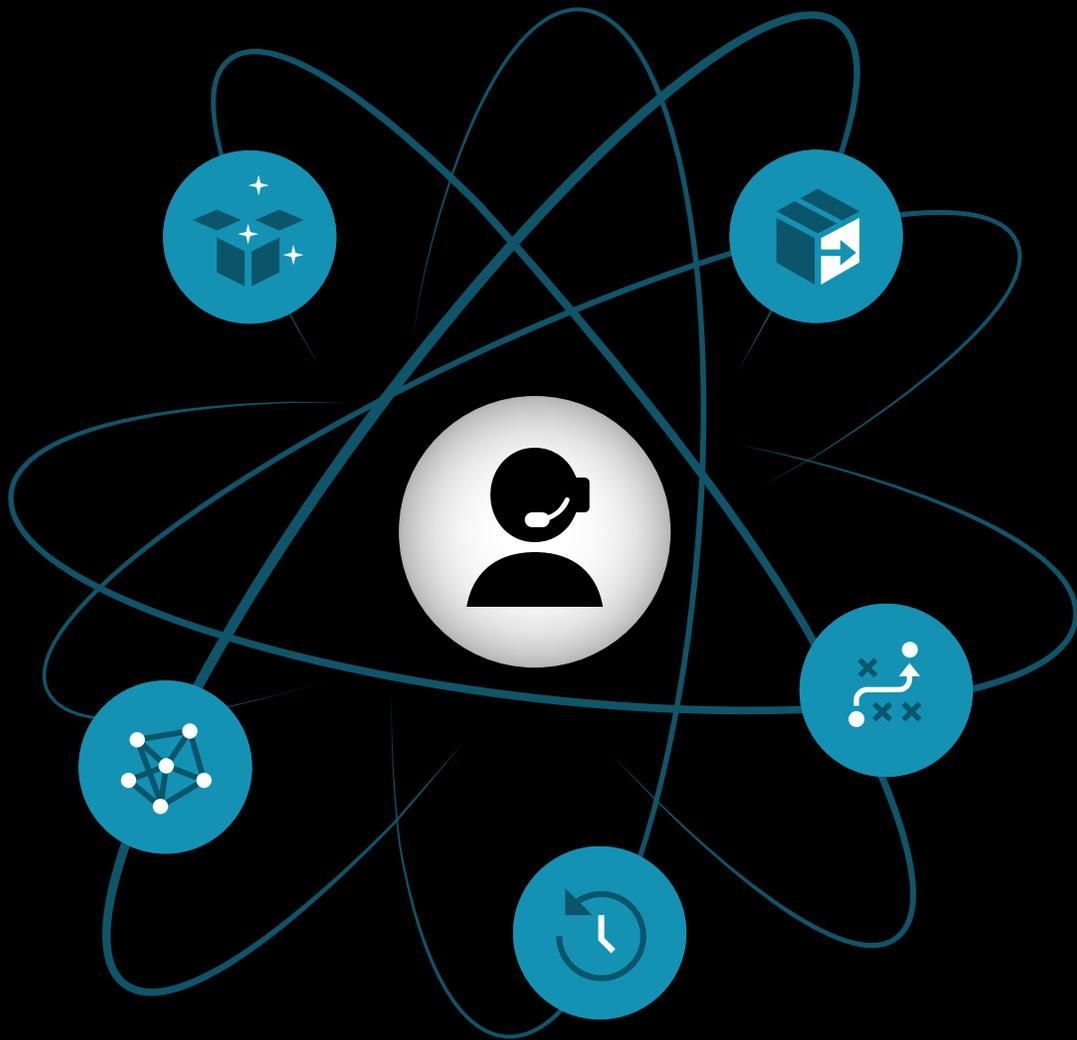


Los cinco ingredientes del servicio siempre disponible de Ignite



Destinatarios

Este eBook está dirigido a líderes empresariales, como VP de ventas y atención al cliente, así como a funcionarios de ingresos, financieros, de operaciones y de tecnología de nivel C que:

- Se enfrentan a un volumen cada vez mayor de solicitudes de clientes y a mayores expectativas por parte de estos.
- Desean explorar nuevas estrategias para mejorar la atención al cliente, los centros de contacto y el servicio de campo.
- Desean ver cómo las empresas utilizan la tecnología para empoderar a los clientes y agentes de servicio de campo.

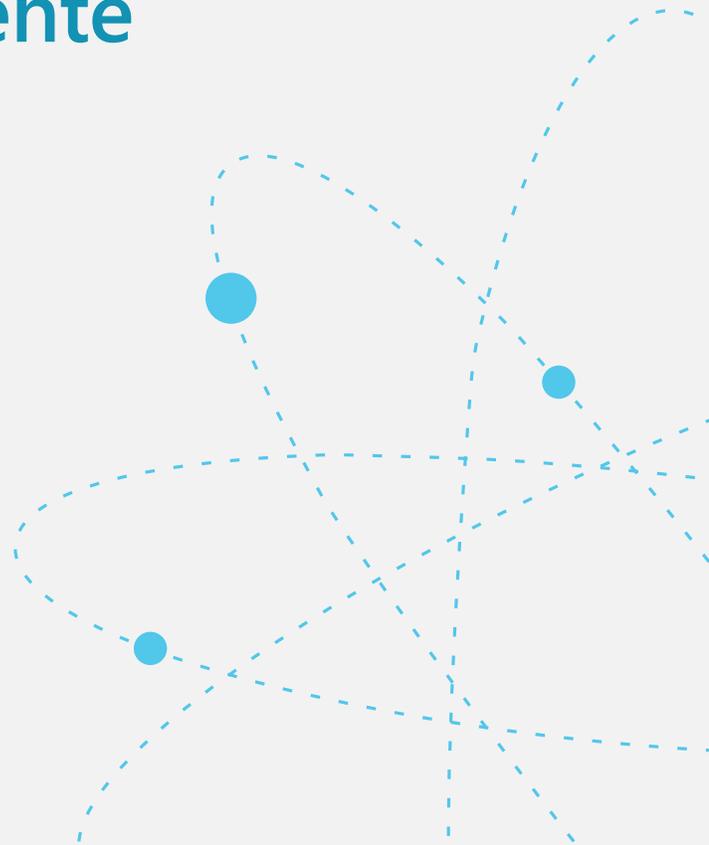


Tiempo de lectura estimado: <6 minutos

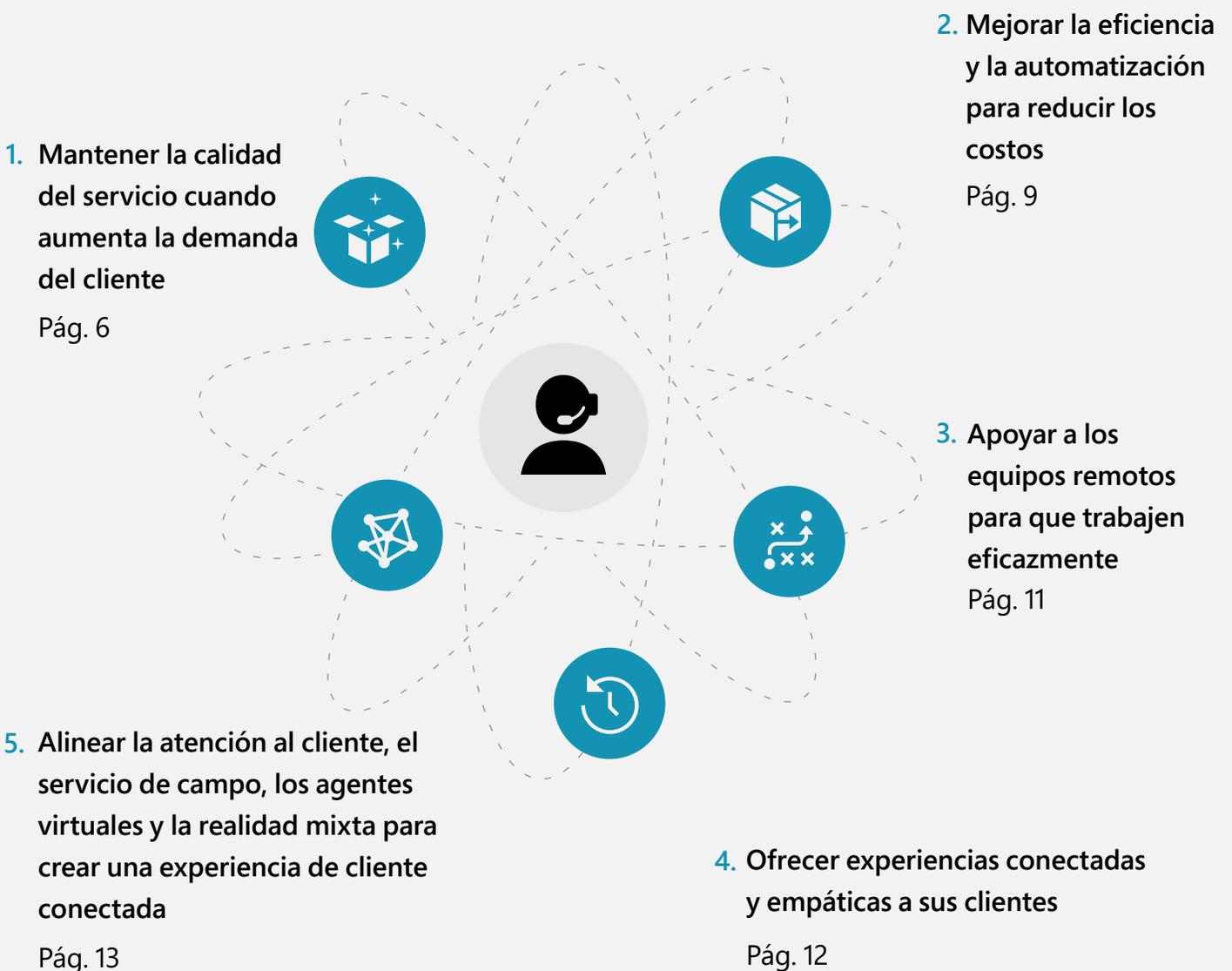


Si bien hace muchos años que no enfrentábamos una pandemia, podemos ver la historia para suponer que habrá cambios duraderos importantes en la mente de los clientes.”

Blake Morgan
Forbes



A raíz de una crisis, el desafío de satisfacer el volumen y la intensidad de las consultas de los clientes ha aumentado. Hay **cinco ingredientes clave** que cada organización de servicios puede incorporar para garantizar excelentes experiencias de los clientes.



En la mente de sus clientes

En la última década, la excelencia en el servicio se ha convertido en un diferenciador competitivo para las marcas. Sin embargo, en tiempos de crisis, mantener un servicio de alta calidad a medida que aumentan las solicitudes es más difícil.

Los clientes esperan que las organizaciones ofrezcan un servicio excepcional las 24 horas del día, los 7 días de la semana, independientemente de lo que ocurra dentro o fuera de su organización. Las empresas que responden bien a los nuevos desafíos se diferenciarán tanto a corto plazo como a largo plazo. Para ello, necesitan la tecnología adecuada.

Muchas organizaciones de servicios pueden verse tentadas a buscar soluciones puntuales para problemas específicos. Quienes opten por soluciones integradas descubrirán una ventaja única que se deriva de la síntesis de varios elementos vitales. En este eBook se explora cada uno de los cinco elementos fundamentales para liberar el potencial de éxito de cada cliente y servicio de campo de una empresa.





1. Mantener la calidad del servicio cuando aumenta la demanda del cliente

Muchas empresas estadounidenses están corriendo una carrera para mantenerse al día ante el aumento de las llamadas de servicio. Esta tendencia persistirá a medida que el impacto de la pandemia de 2020 se abra paso en nuestras vidas y en la economía.

Los servicios financieros, la fabricación y las organizaciones del sector público se enfrentan a algunos de los mayores desafíos. Es posible que los bancos, por ejemplo, enfrenten un aumento en la cantidad de clientes que intentan repactar sus pagos automáticos, de tarjetas de crédito e hipotecarios. Los trabajadores de primera línea en la fabricación están bajo presión para mantener la producción a pesar de haber menos personas en el trabajo. Las organizaciones del sector público están recibiendo cantidades sin precedentes de solicitudes de desempleo y otros servicios en sus portales y centros de contacto. En muchas industrias, los agentes y técnicos se enfrentan a más casos de clientes que están estresados y frustrados.



El impacto en las organizaciones de servicio

Para comprender mejor el impacto de una crisis en los departamentos de atención al cliente, el equipo de [Harvard Business Review](#) en [Tethr](#) (una empresa de IA y machine learning) realizó un estudio de 1 millón de llamadas de atención al cliente en las que participaron más de 20 empresas que representan una amplia transversalidad de industrias.¹ Las llamadas tuvieron lugar entre el 11 de marzo de 2020, cuando la OMS declaró la COVID-19 como una pandemia, y el 26 de marzo de 2020.

El equipo clasificó las llamadas según el nivel de esfuerzo requerido para que el cliente lograra su objetivo (de fácil a difícil). Durante dos semanas, en la empresa promedio que participaba en el estudio se observó que el porcentaje de llamadas difíciles se duplicó, del 10 % al 20 %.



El rol de la tecnología

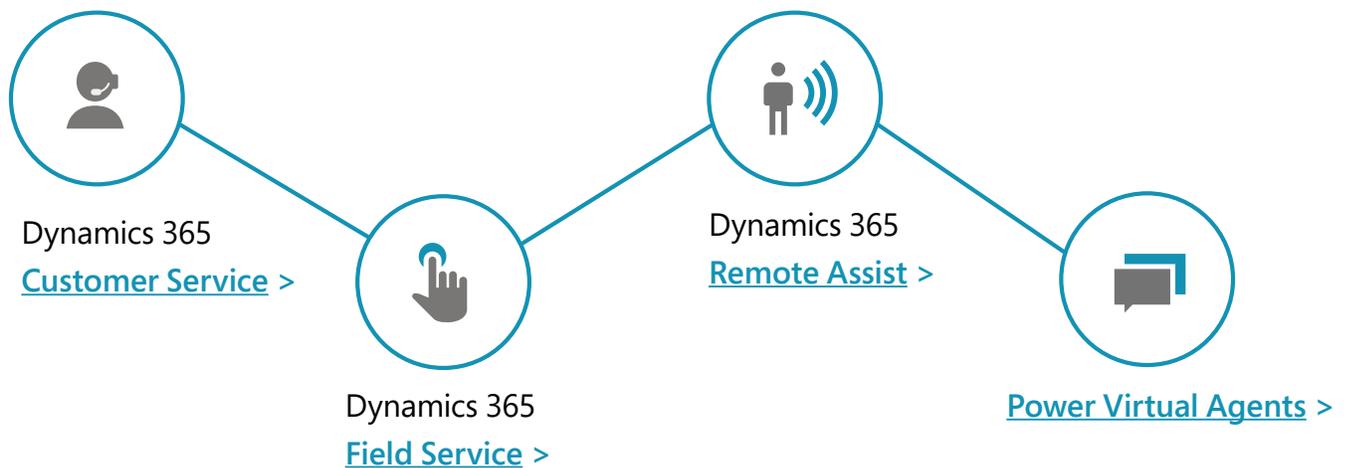
La tecnología puede ayudar a abordar estos problemas. Por ejemplo, los departamentos de servicio pueden automatizar las tareas repetitivas para así liberar tiempo valioso para el agente. Los clientes también se están acostumbrando a interactuar con canales de autoservicio, como portales y chatbots. Los chatbots a menudo pueden ayudar a los clientes a resolver problemas comunes sin involucrar a un agente en vivo. Cuando sea necesario, el chatbot puede conectar a un cliente con el agente más idóneo para abordar el problema.

¹["Supporting Customer Service Through the Coronavirus Crisis"](#), Harvard Business Review, 2020.

Las capacidades de análisis pueden ofrecer a los clientes y agentes de servicio de campo una visión más holística de los consumidores para una mejor toma de decisiones. Las herramientas de colaboración ayudan a los trabajadores de primera línea a apoyarse entre sí, incluso cuando no están en la oficina.

El verdadero poder de la tecnología surge cuando estas herramientas se unen, con datos e información que se traspasa del agente virtual al agente de servicio al cliente y al técnico de campo, para así ofrecer una experiencia perfecta y positiva para los clientes.

Soluciones de organización de servicios para satisfacer aumentos en la demanda de los clientes





2. Mejorar la eficiencia y la automatización para reducir los costos

Si bien muchas empresas observan que la cantidad de consultas de sus clientes aumenta, en la mayoría de los casos, el personal de servicio y los recursos se han mantenido o incluso se han reducido debido a los despidos. Esta tendencia puede continuar por años, ya que los equipos de servicio se enfrentan a departamentos con personal insuficiente y a presupuestos limitados. La respuesta a este problema radica en la automatización.

Hay varias formas en las que las empresas pueden reducir el trabajo administrativo de los agentes y liberar tiempo para centrarse en los clientes. Estas incluyen centrarse en la automatización de procesos como:



Flujos de trabajo



Administración de documentos



Revisión y aprobación de documentos

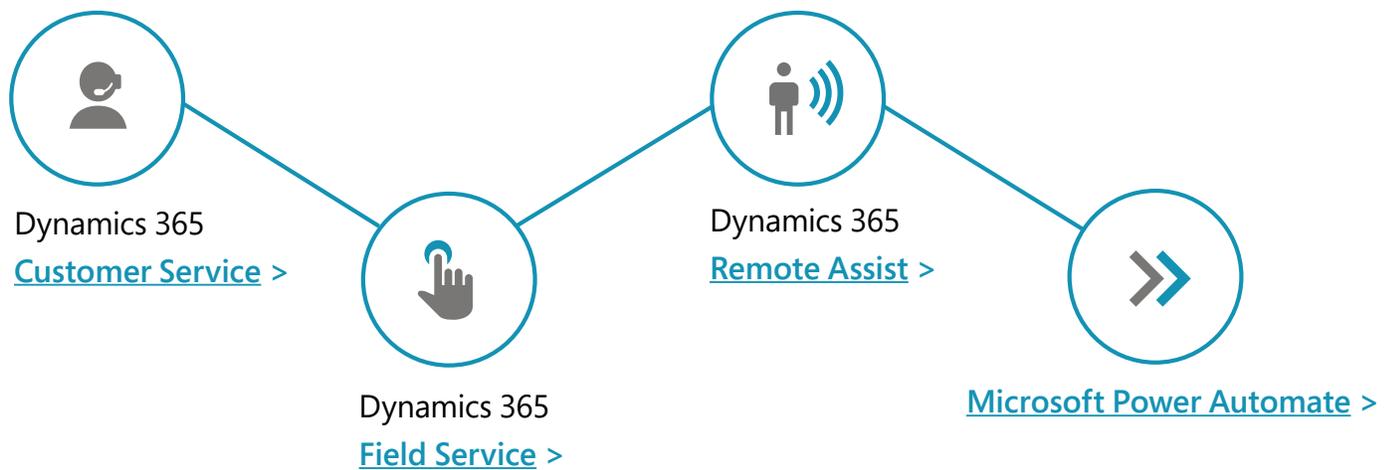


Administración de solicitudes de empleados



Al optimizar la administración de los procesos empresariales relacionados con el servicio, es más probable que los agentes tengan información precisa y presten un mejor servicio a los clientes.

Soluciones de servicio para la automatización



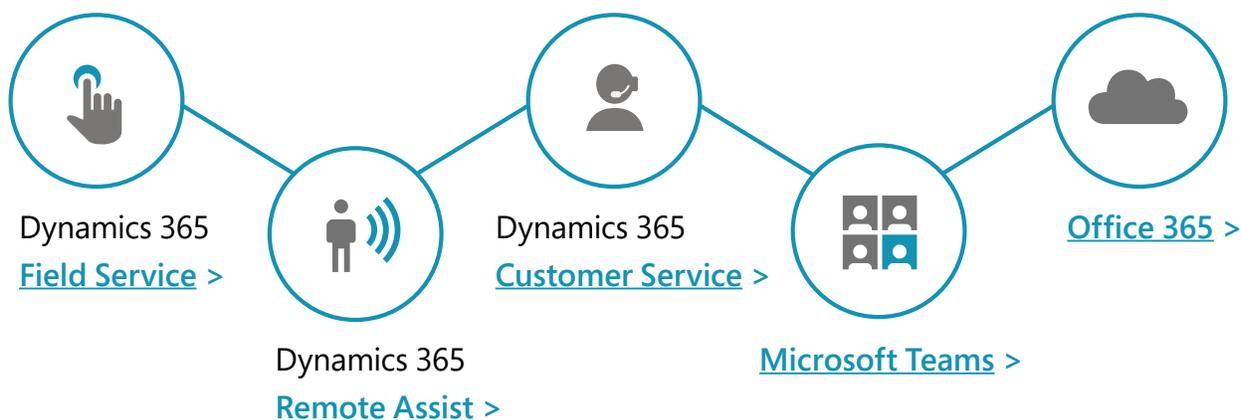


3. Apoyar a los equipos remotos para que trabajen eficazmente

Las organizaciones de atención al cliente también han observado un cambio hacia más agentes que trabajan de forma remota, una tendencia que continuará según las predicciones de los analistas. Más agentes que trabajan de forma remota pueden precisar un mayor soporte tecnológico, incluida la inversión en tecnología o la actualización de esta para los trabajadores y el cambio de los centros de contacto a servicios basados en la nube.

Los equipos que solían trabajar y colaborar codo a codo también pueden beneficiarse de las herramientas y plataformas de colaboración en línea. Las buenas herramientas de colaboración hacen que sea fácil para los empleados mantenerse conectados y reunir información de manera informal y ad-hoc.

Soluciones de servicio para el trabajo remoto



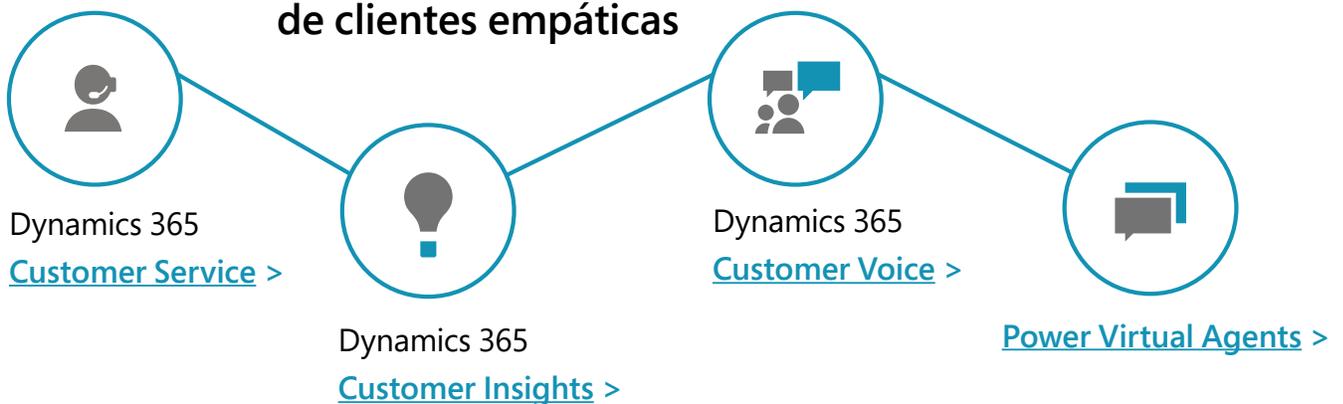


4. Ofrecer experiencias conectadas y empáticas a sus clientes

Convertirse en una organización centrada en el cliente requiere información de alta calidad, información sobre los clientes y aplicaciones de servicio integradas para crear una interacción más personalizada en todo el proceso del cliente. Al adoptar una visión holística de los clientes y reunir datos transaccionales, de observación y de comportamiento en tiempo real, los profesionales de servicios pueden identificar mejor las siguientes mejores acciones y las recomendaciones de productos.

Las organizaciones también incorporan la información sobre los clientes en los procesos digitales. Por ejemplo, si un cliente inicia sesión en un portal de autoservicio, un chatbot habilitado para IA puede reconocer al cliente, extraer su perfil e identificar el producto o servicio relacionado con su consulta. Tener un chatbot que reconoce a la persona y su historial de compras es una forma digital de crear una experiencia positiva para el cliente.

Soluciones de servicio para experiencias de clientes empáticas





5. Alinear la atención al cliente, el servicio de campo, los agentes virtuales y la realidad mixta para crear una experiencia de cliente conectada

Cuando los líderes de servicio exploran las soluciones tecnológicas, a menudo buscan una solución para abordar un punto problemático específico. Por ejemplo, una empresa puede comprar un producto de agente virtual para hacer frente al aumento en las consultas de los clientes o invertir en una oferta de realidad mixta para aumentar la productividad de los técnicos de campo y del sitio de fabricación, reducir la necesidad de viajes de los expertos y permitir una resolución de problemas más rápida.

El problema con este enfoque es que las soluciones puntuales carecen del elemento crítico para el éxito del servicio: la integración en todas las aplicaciones del proceso del cliente.



Haga que la integración sea la base

Las empresas que usan soluciones puntuales crean trabajo adicional para sus agentes, quienes deben navegar por varios sistemas para ver todas las actividades de un cliente en todos los canales. Una solución integrada proporciona a los agentes una imagen completa del cliente, lo que les permite ofrecer un servicio rápido y personalizado.

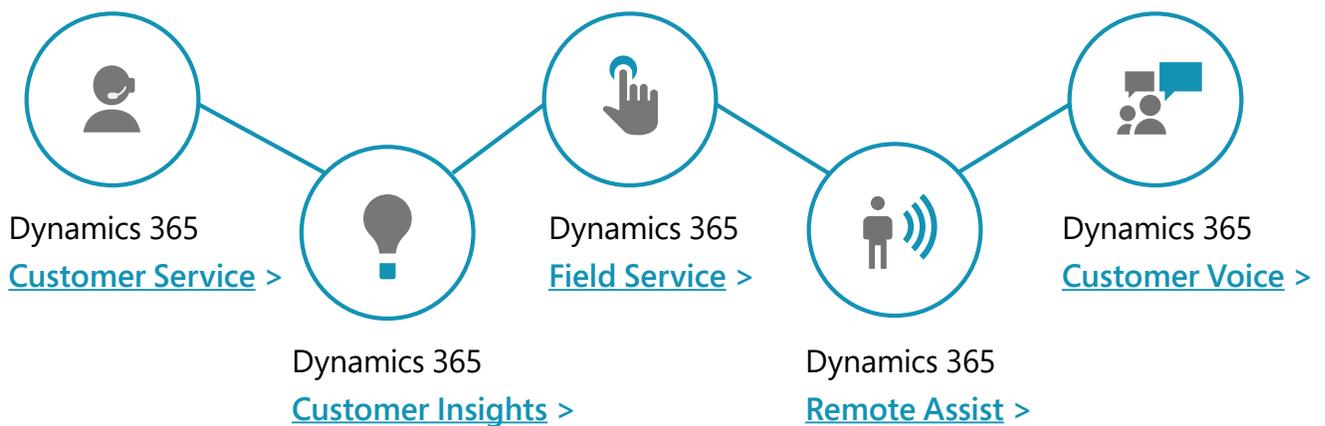


Un enfoque de solución puntual también sobrecarga a los agentes con tareas administrativas que una solución integrada podría automatizar. Por ejemplo, una solución integrada puede unir varios aspectos del soporte telefónico, como la creación automática de vales, la grabación de llamadas y la documentación del historial de un cliente, para que los agentes puedan centrarse en las interacciones con los clientes.

Trabajar con una solución integrada también ofrece a los administradores una mejor visibilidad del desempeño de su departamento y de los agentes individuales, lo que puede ser útil para establecer los objetivos de capacitación y la dirección de esta.

Las organizaciones de servicios deben, como mínimo, comenzar con un par de soluciones integradas. Trabajar con una plataforma completa de soluciones integradas reúne las fortalezas de cada solución con un nuevo estándar de desempeño.

Soluciones de servicio de D365



Próximos pasos

Las organizaciones de servicios ya no pueden comparar los niveles de servicio actuales con los del pasado. Los clientes interactúan con cientos de proveedores cada mes. Cuando lo hacen, comparan su negocio no solo con su desempeño anterior, sino también con todas las demás empresas con las que interactúan, dentro y fuera de su industria.

Quienes fijan el estándar en un sector, como el comercio minorista, entregan niveles de servicio que los clientes esperan de cada empresa. Esto significa que los profesionales de servicio necesitan todas las ventajas posibles para satisfacer las expectativas de los clientes y ofrecer un servicio de calidad.

La solución de tecnología integrada correcta puede ayudar a satisfacer las necesidades que conlleva el aumento en las consultas de los clientes mediante recursos limitados. Al adoptar una solución integrada, la información relacionada con el cliente puede fluir durante todo el proceso de servicio del cliente, lo que hace que su experiencia sea más personalizada, pertinente y positiva.

Obtenga más información sobre cómo puede desarrollar todo el potencial de los equipos de atención al cliente y de servicio de campo de su organización.

[Conéctese con un asesor de ventas](#)

Microsoft Dynamics 365

©2020 Microsoft Corporation. Todos los derechos reservados. Este documento se proporciona "tal cual". La información y las opiniones que aquí se expresan, incluidas las direcciones URL y otras referencias a sitios web de Internet, están sujetas a cambios sin previo aviso. Usted asume el riesgo de utilizarlo. Este documento no le otorga derecho legal alguno a ningún aspecto de propiedad intelectual de ninguno de los productos de Microsoft. Puede copiar y usar este documento para uso interno como referencia.