

# 4 Pasos para un increíble servicio de atención al cliente

Perspectivas del informe del estado del servicio de 2015



# Introducción

A lo largo de los últimos años, el servicio de atención al cliente ha sufrido un cambio dramático. En algún momento, usted probablemente solo tenía una opción para contactar a una compañía: hacer una llamada telefónica en horarios de oficina y esperar hasta que algún agente tomara su llamada.

Hoy en día, siguiendo los pasos profesionales del marketing, el servicio de atención al cliente está adoptando un enfoque omnicanal y brindando servicios mediante todos los canales en cualquier lugar. Este cambio lo impulsaron los clientes que buscan contactarse vía correo electrónico, mensajes de texto, redes sociales, chat en vivo y aplicaciones. Podemos conectarnos con cualquiera, en cualquier lugar, de manera instantánea.

Los clientes han llegado a esperar el mismo nivel de capacidad de respuesta de los negocios. Esperan un servicio destacado y si no lo reciben, se van con la competencia. Sus agentes de servicio de atención al cliente necesitan ser más que agentes de asistencia, también serán los embajadores de su marca.

Imagine este escenario: Un cliente llama y su agente sabe quién es ese cliente, qué productos tiene, así como todas las interacciones previas que el cliente ha tenido con su compañía (sin importar el canal de comunicación). Su agente puede acceder y proporcionar toda la información que el cliente necesita y resolver rápidamente el problema. Suena genial, ¿cierto? Este escenario se puede volver realidad para cualquier negocio. Recientemente realizamos una encuesta con más de 1900 líderes mundiales de servicio para nuestro [informe del "Estado del servicio 2015"](#), y observamos las acciones que tomaban los mejores líderes para brindar un servicio excepcional. A menos que se indique lo contrario, todas las estadísticas que se presentan en este libro electrónico se tomaron del informe. Continúe leyendo para saber cómo puede llevar su servicio de atención al cliente al siguiente nivel.

## Tabla de contenido

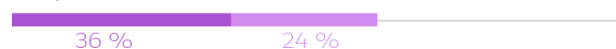
- 03** Vaya a donde sus clientes se encuentran
- 06** Dé poder a sus agentes
- 09** Anticipe las necesidades de sus clientes
- 12** Ofrezca opciones de autoservicio

## Capítulo 1

# Vaya a donde sus clientes se encuentran

Los clientes de hoy en día están generando cambios en el funcionamiento de los equipos de servicio. Como actualmente vivimos en una era digital súper conectada, los clientes tienen altas expectativas en cuanto al servicio eficiente bajo demanda. La gente comparte malas experiencias en línea y algunos ejemplos de servicio particularmente malos se vuelven incluso virales. En este contexto: ¿qué están haciendo los negocios para enfrentar el reto de satisfacer las demandas de los clientes?

### Participantes de alto rendimiento



### Participantes de rendimiento moderado



### Participantes de bajo rendimiento



■ Ya ofrece un servicio a través de una aplicación móvil  
Para que nuestros clientes la utilicen a partir de hoy

■ Plan para ofrecer un servicio a través de una aplicación móvil  
Para que nuestros clientes la utilicen dentro de dos años





## Encuentre a los clientes en su propio terreno

De acuerdo con [Flurry](#), los usuarios de teléfonos inteligentes pasan un promedio de casi tres horas diarias en sus dispositivos. Una buena parte de ese tiempo se usa para comunicarse con otros usuarios mediante textos y redes sociales. Nos hemos acostumbrados a las respuestas instantáneas que desencadenan nuestras acciones: aparición de notificaciones por mensaje de texto, emergencia de ventanas de chat, alertas de Twitter y Facebook para nuevas interacciones. Esta es la nueva manera normal en que interactuamos y también hemos llegado a esperar que el servicio de atención al cliente sea tan instantáneo como lo son nuestras interacciones personales. Y eso tiene sentido: si los individuos se comunican de esta manera, ¿por qué no lo hacen las compañías?

---

# 56%

de planes de negocios que ofrecerán servicio dentro de las aplicaciones en los próximos dos años.

---

Las organizaciones de servicio con el mejor desempeño se conectan con los clientes donde sea que se encuentren vía teléfono, correo electrónico, aplicaciones móviles y redes sociales. **Es cuatro veces más probable que, a diferencia de los equipos de servicio con bajo rendimiento,**

los equipos con alto rendimiento tengan muy buenas o importantes capacidades en servicio móvil y vía redes sociales. Llegar a los clientes en el lugar donde ellos se encuentran ayuda a crear una interacción de servicio más eficiente.

## Aumento de aplicaciones móviles

En años recientes, los clientes han migrado de las computadoras de escritorio a los dispositivos móviles, en los que el uso de aplicaciones se ha disparado. Esto presenta una oportunidad para que los negocios ofrezcan nuevos canales de servicio. Hoy en día, muchas compañías tienen aplicaciones móviles de cara al cliente y más de la tercera parte de los equipos de servicio con alto desempeño ya están ofreciendo servicio a través de ese canal. Conforme las compañías descubren el valor de este canal, más líderes de servicio buscan expandirse hacia este espacio.

## Tecnología al rescate

Debido al crecimiento de los canales de servicio móvil y mediante redes sociales, las compañías anticipan un **aumento de más del 20 % en solicitudes entrantes de servicio** mediante aplicaciones móviles, chat y redes sociales. No sorprende que este incremento lleve a los equipos líderes de servicio a duplicar sus esfuerzos en tecnologías de servicio para gestionar el volumen. Herramientas como el video chat móvil integrado, casos móviles fuera de línea y supervisión de redes sociales ayudan a simplificar la experiencia del agente y darles a los clientes una experiencia ininterrumpida de un canal a otro.

## Puntos claves:

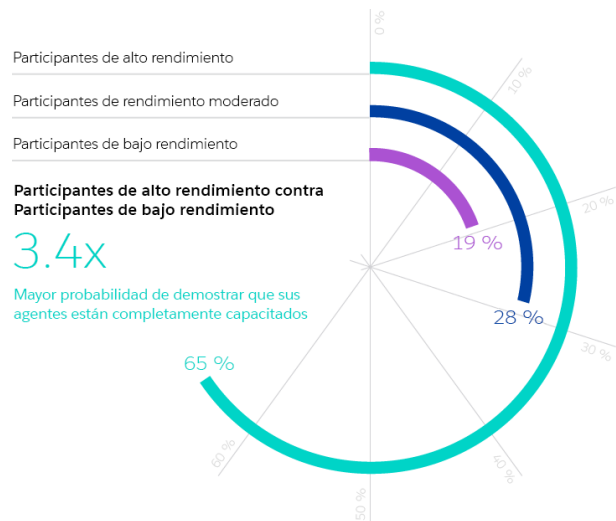
Los equipos de servicio deben ir a donde se encuentran los clientes.

- ⊕ Brindar un servicio de atención al cliente omnicanal crea interacciones de servicio más eficientes.
- ⊕ El aumento de aplicaciones móviles es una oportunidad para brindar una experiencia del cliente efectiva y personalizada.
- ⊕ Los equipos de servicio buscan soluciones de tecnología para ofrecer una comunicación ininterrumpida conforme aumentan las solicitudes de servicio a través de canales móviles y de redes sociales.

## Capítulo 2

# Dé poder a sus agentes

Más personas recuerdan el lema de la película Jerry Maguire: “Ayúdame a ayudarte”. Este puede ser un llamado de los agentes de servicio de atención al cliente en todo el mundo. Los agentes de servicio de atención al cliente están bajo mucha presión. No solo tienen un gran impacto en la experiencia del cliente y la percepción de la compañía; sino que, además, a menudo en tiempo real, se comunican con personas descontentas que esperan que sus problemas se solucionen de inmediato. Los equipos de servicio líderes le dan poder a sus agentes para actuar rápidamente y de manera efectiva para resolver los problemas de los clientes.



## Agentes preparados, igual a éxito del cliente

¿Está armando a sus agentes con todo lo que necesitan para brindar un servicio de atención al cliente de clase mundial? Los agentes que pueden acceder rápidamente a la información correcta, en el momento preciso, tienen el poder de resolver problemas rápidamente, dejándolo a usted con clientes felices. Y la investigación respalda esto: los equipos de servicio con alto desempeño tienen **una probabilidad 3.4 veces más amplia** de darle poder a sus clientes que los equipos con menor desempeño. Una mejor experiencia en el servicio comienza con una mejor experiencia del agente.

## Ofrezca las soluciones tecnológicas correctas

Los equipos líderes también adoptan la tecnología para hacer el trabajo. **Una tercera parte de los equipos con alto desempeño** califican como

grandes adoptadores de tecnología; los equipos con bajo desempeño son adoptadores mínimos (o moderados, en el mejor de los casos) de tecnología. Las sólidas herramientas de servicio de atención al cliente de hoy en día colocan en un solo lugar toda la información que el agente necesita. Cuando las consolas están integradas con sistemas CRM (Gestión de relación con el cliente), los agentes pueden revisar rápidamente el perfil de un cliente y la información de su cuenta y ofrecer una experiencia personalizada que distingue a su negocio de la competencia. Lo mejor de todo es que los clientes no tienen que repetir sus necesidades y los agentes pueden anticiparlas. Darle a sus agentes las herramientas necesarias, les permite hacer su trabajo de una mejor forma, ofreciendo resultados más rápidos y correctos “a la primera”.

## Puntos claves:

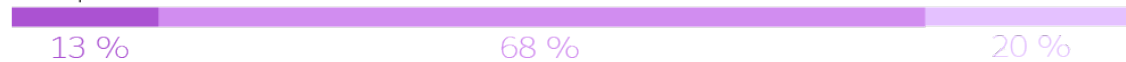
Darle poder a sus agentes de servicio conduce a un mejor servicio y a clientes más felices.

- ⊕ Las compañías líderes de servicio le dan poder absoluto a sus agentes para hacer felices a sus clientes.
- ⊕ Darle a los agentes la tecnología correcta para el trabajo, les permite resolver problemas rápidamente, conduciendo a mejores interacciones.
- ⊕ Las compañías informan que la tecnología utilizable se volverá una parte prominente de la estrategia del equipo de servicio en los próximos dos años.

### Participantes de alto rendimiento



### Participantes de rendimiento moderado



### Participantes de bajo rendimiento

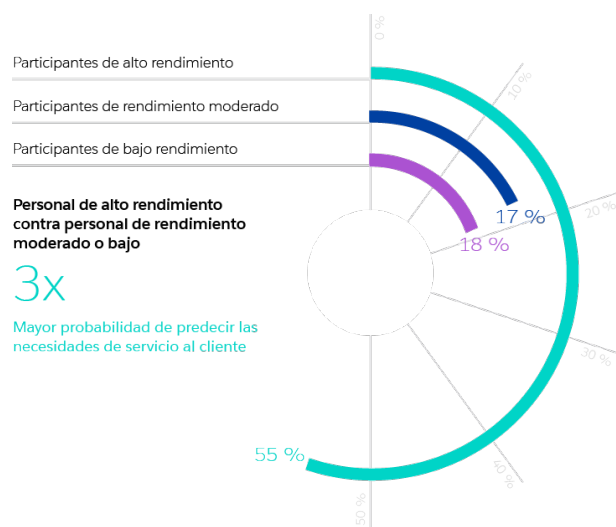


■ Adopción de tecnología en un grado máximo ■ Adopción de tecnología en un grado moderado ■ Adopción de tecnología en un grado mínimo

## Capítulo 3

# Anticipe las necesidades del cliente

Anticipar las necesidades del cliente es una tarea difícil de realizar. Brindar un servicio de clase mundial comienza escuchando, empatizando con y aprendiendo de los clientes. Cuando esto se combina con tecnología inteligente, los agentes de servicio de atención al cliente pueden abordar las situaciones de manera más proactiva con los clientes a fin de brindarles experiencias personalizadas, altamente relevantes, que anticipan lo que el cliente realmente necesita.





## Servicio de atención al cliente proactivo mediante tecnologías emergentes

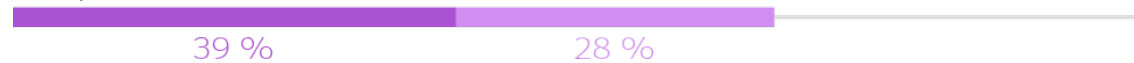
De acuerdo con nuestra investigación, más equipos de servicio están aprovechando las tecnologías innovadoras para obtener de ellas un conocimiento procesable del cliente. Por ejemplo, los equipos de servicio usan analítica para entender las preferencias del cliente con base en clics previos, compras y búsquedas en el sitio. El perfil del cliente puede, entonces, contrastarse con las mejores ofertas o contenido para cada cliente individual. Hacemos estas predicciones formadas automáticamente cada día sin siquiera darnos cuenta.

Si un niño disfruta del pastel de chocolate, es fácil deducir que también disfrutará el pastel de chocolate (está bien, ¿quién no lo disfruta?). De igual forma, la tecnología emergente de inteligencia predictiva

promete ayudar a los equipos de servicio a anticipar el comportamiento y los sentimientos del cliente. Los agentes de servicio pueden adoptar un enfoque proactivo canalizando de manera eficiente las llamadas hacia los agentes de servicio familiarizados con una historia de caso o hacia especialistas técnicos mejor informados.

Los equipos con alto desempeño tiene una **probabilidad 3.6 veces más alta** de usar tecnologías inteligentes como analítica predictiva para ayudar a informar sus decisiones dentro de la organización de servicio. Comparados con los equipos con bajo desempeño, es **tres veces más probable que los equipos fuertes sobresalgan** en el uso y lectura de analítica. Mediante el uso de datos, crean tableros, rastrean mediciones de desempeño en tiempo real y realizan mejoras a los puntos débiles.

### Participantes de alto rendimiento



### Participantes de rendimiento moderado



### Participantes de bajo rendimiento



■ Actualmente utiliza tecnología emergente ■ Pilotaje y planeación para su uso en los próximos 12 a 18 meses

## Puntos claves:

El servicio proactivo, activado mediante tecnología inteligente, está creciendo.

- ⊕ La tecnología inteligente permite un servicio de atención al cliente proactivo más inteligente.
- ⊕ La inteligencia predictiva ayudar a los equipos de servicio a entender el comportamiento y anticipar las necesidades de los clientes.
- ⊕ Los equipos fuertes en analítica se benefician de perspectivas procesables que se pueden aprovechar.



## Capítulo 4

# Ofrezca opciones de autoservicio

Uno de los grandes beneficios de la era digital es que cada cliente tiene el poder de ayudarse a sí mismo. Piense en como resuelve los problemas en casa o en el trabajo: si no puede recordar algo o quiere averiguar cómo realizar una tarea simple, los más probable es que lo busque en Google. Los mejores equipos de servicio de atención al cliente entienden que la gente lleva esta misma mentalidad de hágalo usted mismo al servicio de atención al cliente. Muchos clientes prefieren buscar respuestas en una comunidad o en una página de preguntas frecuentes en lugar de levantar el teléfono. Así que ¿por qué no permitirles hacerlo?



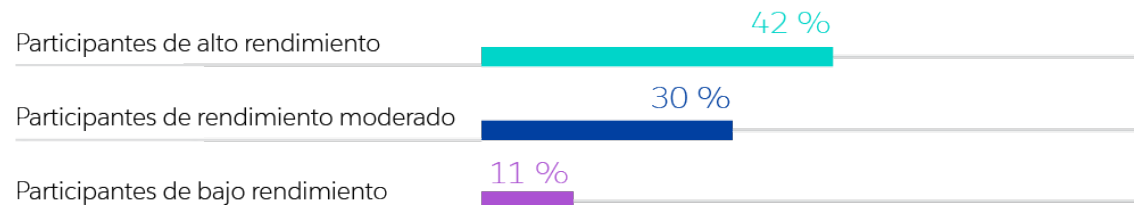
## ¿Por qué crear comunidades de autoservicio?

Los equipos con alto desempeño trabajan para que la información y las soluciones correctas estén disponibles a través de una página de preguntas frecuentes u otra oferta de autoservicio para ayudar a los clientes a que se ayuden ellos mismos. Los beneficios son simples: los clientes pueden encontrar la información que necesitan con esfuerzo mínimo; además, los agentes de servicio pueden invertir más tiempo en los casos complejos en lugar de brindar la misma información sencilla una y otra vez. Es cuatro veces más probable que los equipos líderes mantengan una comunidad de autoservicio que los equipos con bajo desempeño, dándoles la ventaja en el servicio eficiente.

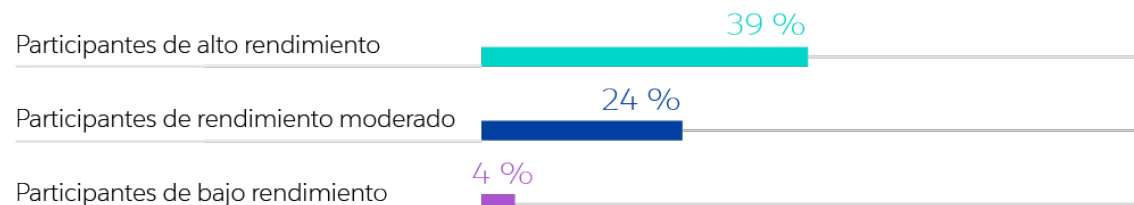
## El poder de las comunidades de clientes

Las comunidades de clientes son otro recurso que aprovechan los equipos líderes. Las comunidades aprovechan el poder de la colaboración y el conocimiento colaborativo para ayudar a los clientes a resolver sus problemas por su propia cuenta. Los clientes pueden buscar respuestas en un foro de mensajes o hacer una pregunta directamente mediante un panel de discusión. Es 11 veces más probable que los mejores equipos de servicio creen y gestionen comunidades, a diferencia de los equipos con bajo desempeño.

### Portales de autoservicio: Porcentaje que se utiliza actualmente



### Gestión y creación de la comunidad: Porcentaje que se utiliza actualmente



### Puntos claves:

Ofrecer opciones de autoservicio es clave para el éxito del servicio.

- ⊕ Los clientes quieren que la opción resuelva sus propios problemas antes de contactar al servicio de atención al cliente.
- ⊕ Los portales de autoservicio les dan a los clientes el poder de encontrar la información que necesitan con mínimo esfuerzo; además, también liberan a los agentes para que inviertan más tiempo en problemas complejos.
- ⊕ Los negocios que crean y cultivan comunidades pueden aprovechar un ecosistema colaborativo que comparte conocimiento, responde preguntas y promueve la interacción.



## Conclusión

No importa cómo lo contacten, sus clientes esperan una experiencia de servicio que sea más inteligente, personalizada y que requiera un esfuerzo mínimo. Los equipos con alto desempeño están sobresaliendo en lo referente a llegar a sus clientes en donde ellos se encuentren, dándole poder a sus agentes con las herramientas necesarias, anticipando las necesidades de sus clientes con un servicio proactivo y ayudando a los clientes a que se ayuden ellos mismos. Al invertir en su propia gente, usando la tecnología correcta y ofreciéndoles a sus clientes más opciones, puede brindar el servicio excepcional que lo distingue de la competencia.

Para saber más acerca de cómo los mejores equipos de servicio de atención al cliente se mantienen al frente, lea completo el [informe del "Estado de servicio 2015"](#).



# Soluciones de servicio que impulsan la productividad del agente y la satisfacción del cliente

Brindar una increíble experiencia al cliente significa ser más rápido, inteligente y personalizado que nunca. Conéctese con sus clientes de formas totalmente nuevas con la tecnología correcta, impulsando su departamento de servicio.

Conozca más ›

**48 %** Tiempo de resolución de casos más rápido.

**47 %** Aumento en la productividad de los agentes

**45 %** menos tiempo en la resolución de casos

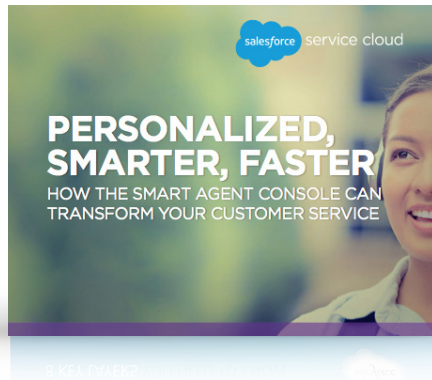


La información proporcionada en este libro electrónico está dirigida estrictamente a la conveniencia de nuestros clientes y es únicamente para propósitos de información general. La publicación por salesforce.com no constituye una aprobación. Salesforce.com no garantiza la precisión o integridad de ninguno de los textos, la información, la gráficas, los vínculos u otros elementos incluidos en este libro electrónico. Salesforce.com no le garantiza ningún resultado específico si sigue cualquiera de los consejos en el libro electrónico. Puede ser recomendable consultar a un profesional, como un abogado, un contador, arquitecto, un asesor empresarial o ingeniero para obtener consejos específicos que apliquen a su situación específica.

© 2015 salesforce.com, inc. Todos los derechos reservados.



## RECURSOS QUE TAMBIÉN PODRÍAN INTERESARLE:



¿Cómo puede la Consola inteligente de agentes transformar su servicio de atención al cliente?

[DESCARGAR](#)



6 pasos para brindar una experiencia de servicio completa

[DESCARGAR](#)



Veamos Service Cloud en acción

[Ver ahora >](#)

Descubra más contenido útil de Service & CRM.  
Visite el centro de recursos de Service Cloud.

[LEER](#)



**THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM**  
SALES SERVICE MARKETING COMMUNITY ANALYTICS APPS