

La guía ejecutiva para el servicio conversacional

Acompáñeme a ver cómo el servicio puede crear un nuevo camino hacia el éxito para todos.



SÍGAME PARA CONOCER
**El servicio
conversacional**

class
container
home
value
navigation
DOCTYPE
</div>
username

A close-up of a smartwatch on a person's wrist. The watch face shows a notification from Salesforce with the text: "10:40 AM", "SALESFORCE", "Customer posted a video in the community where you can find the latest training videos.", and "Dismiss".

INTRODUCCIÓN

Un buen líder del servicio de atención al cliente sabe que los clientes confían en todos los canales de comunicación a su alcance para hablar con sus familiares y amigos, incluidos los canales de redes sociales y las aplicaciones de mensajería. Sin embargo, se requiere a un excelente líder para saber cómo aprovechar estos canales de comunicación personal y crear una experiencia del servicio más personalizada, aquella que le permita a la empresa crear relaciones sólidas con cada cliente sobre la marcha. Lo anterior es una característica importante entre líderes que buscan elevar su servicio de atención al cliente. Vimos cómo las mejores empresas adaptan completamente su negocio para conducir experiencias del servicio inmediatas, personalizadas, inteligentes y conectadas. Le invitamos a que siga leyendo para conocer ocho estrategias que le permitirán elevar el servicio conversacional con sus clientes.

1

Interactúe con el cliente en conversaciones a través de cualquier aplicación de mensajería.

A las personas les encanta enviar mensajes de texto o usar el servicio de mensajería de Facebook debido a que son conversacionales por naturaleza. ¿Y sabe qué es lo mejor? Los clientes quieren tener este tipo de conversaciones simples con las empresas. A estas alturas es probable que esté pensando que la mensajería es solo otro canal para enviar notificaciones a los clientes, pero no es así. Imagine las expectativas que tiene cuando envía mensajes de texto a sus amigos. ¿Qué pasaría si no le contestan el mensaje durante el día? Sus expectativas son diferentes. Espera que le contesten de inmediato. La conversación debe ser recíproca, y la inmediatez y relevancia también tiene que ser así por parte de su equipo de servicio. Por eso asegúrese de que los agentes de servicio tengan conversaciones con los clientes a través de todas las aplicaciones de mensajería que a ellos les encanta. No obstante, empezar la conversación a través de las aplicaciones de mensajería es solo la mitad del camino. Es un paso importante asegurarse que los agentes puedan interactuar con los clientes a través de las aplicaciones de mensajería y conocer cada detalle que necesitan para poder participar en las conversaciones. Los agentes deben contar con datos de ventas, de marketing, historias de caso y cualquier información que les permita interactuar en la conversación. Si logra interactuar con los clientes a través de las aplicaciones de mensajería que a ellos les encanta, amarán su experiencia de servicio.

“Salesforce nos permite ofrecer el tipo de servicio que, como el gran diseño, nunca pasa de moda.”

John Edelman
Director general
Design Within Reach



2 Incremente la productividad en sus negocios con datos de servicio inteligentes.

Conectar datos de servicio hace posible que el trabajo de todos en su empresa sea más inteligente. Así como los agentes de servicio pueden usar los datos de ventas para informarse mejor sobre las conversaciones de sus clientes, otros departamentos pueden usar los datos de servicio para impulsar sus propias conversaciones con los clientes. Por ejemplo, si los agentes de ventas tuvieran información del cliente, incluida la calificación de la satisfacción del cliente e información sobre casos abiertos, sabrían de qué forma y en qué momento interactuar con cada cliente.

Si todas las conversaciones con el cliente cuentan con datos de servicio inteligentes, podrá ser testigo del aumento en la calificación de la satisfacción del cliente.



3 Haga crecer las mejores cuentas con paneles en todos el servicio y las ventas.

No son solo los agentes los que carecen de una visibilidad efectiva de su negocio, sino también el liderazgo en el servicio. Y eso representa un verdadero problema si está intentando hacer crecer las cuentas que tienen el más alto rendimiento este año. Sus líderes no podrán visualizar un panorama general claro de las necesidades del cliente si no tienen acceso a información y datos valiosos de toda la empresa. Para hacer esto posible, indique a sus gerentes de ventas y de servicio que empiecen a compartir los informes que analizan datos de ventas, de servicio, de comunidad y de producto para que puedan identificar las cuentas que tienen más probabilidad de crecer o rotar. Para encontrar clientes altamente valiosos o nuevas oportunidades de venta, puede crear alertas y automatizar la generación de informes (con base en los hábitos de servicio identificados de los clientes) dentro de una sola plataforma. Por ejemplo, si identifica una oportunidad para aumentar la venta a un cliente altamente valioso que tiene tres casos de asistencia abiertos, entonces el liderazgo puede marcar la cuenta y asignarle al mejor equipo.

Los equipos de servicio con el mejor rendimiento tienen 3.9 veces más probabilidad de contar con paneles personalizados que puedan hacer un seguimiento de los indicadores clave de rendimiento y ajustar las métricas de rendimiento en toda la organización.

Fuente: [Informe del estado de servicio de Salesforce](#)

4

Colabore con los equipos para responder todas las preguntas de los clientes.

Una experiencia de cliente tiene varios puntos de contacto, y muchas veces no son puntos agradables. Esto es una experiencia frustrante; sin embargo, no tiene que ser así. Para fomentar una conexión con el cliente más eficiente, es recomendable que toda la empresa se integre a una sola plataforma interna en donde todos puedan intercambiar datos y chatear en tiempo real sobre cualquier cuenta, oportunidad o registro de contacto. El objetivo es que cuando un cliente mande un mensaje de texto, el equipo de servicio tenga a toda la empresa y todos los registros del cliente a su disposición. Toda esta información accesible y comunicación instantánea implica que tu empresa ahora podrá ser proactiva al ponerse en contacto con TI sobre los errores más recientes, al notificar las ventas sobre un nuevo y potencial prospecto o al consultar periódicamente las operaciones de logística. Lo anterior permitirá resolver problemas relativos al cliente de una manera más rápida.

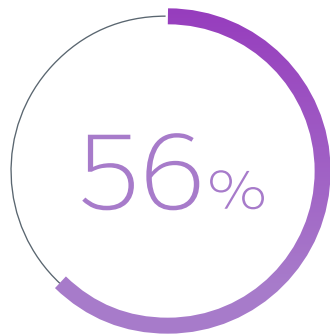
“Salesforce conecta a nuestros empleados y a los más de mil millones de personas a las que ayudamos todos los días.”

Larry Jones
Director de información
Johnson & Johnson

5

Personalice el servicio de atención al cliente a través de comunidades y aplicaciones móviles.

Hoy en día, si los clientes necesitan ayuda, intentan ponerse en contacto con su empresa a través de Facebook, Twitter, mensajes de texto o comunidades de autoservicio. Y esperan que esté ahí del otro lado del monitor para contestar sus preguntas. Esa es la razón por la cual es imprescindible que personalice su servicio de atención al cliente a través de comunidades y aplicaciones móviles. Lo anterior le permitirá a los clientes que tienen preguntas o un caso abierto, acceder a las funciones de soporte integradas en las aplicaciones móviles y comunidades, incluidos al chat en vivo, videoconferencias, artículos de información o foros de comunidad. Los clientes recibirían el soporte que necesitan con solo un toque al instante. Salesforce almacena las interacciones del cliente para que estos tengan completa visibilidad de su caso. Además, el cliente puede recibir notificaciones o alertas sobre el estado de su caso.

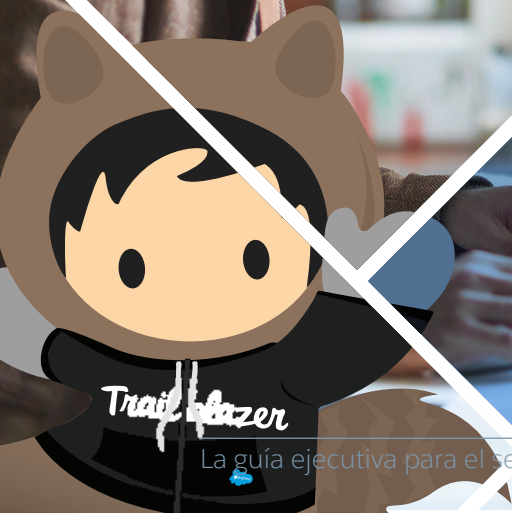


de los líderes en servicio encuestados indicaron que ya están brindando o planean brindar servicio, soporte o ambos a los clientes través de la aplicación móvil en un plazo de dos años.

Fuente: [Salesforce encuestó a 1,900 líderes en servicio para su informe del estado de servicio de Salesforce](#)

6 Ayude a sus clientes a que se ayuden a sí mismos.

¿Sabe qué es lo que más le gusta a los clientes, incluso más que la comunicación instantánea con los agentes de servicio? Les gusta tener la habilidad de resolver los problemas ellos mismos. Según [Forrester](#), el 72% de los clientes prefiere el autoservicio para resolver los problemas de soporte en lugar de llamar o enviar un correo electrónico a los agentes de servicio de atención al cliente. Considere crear comunidades que conecten a sus clientes entre ellos o que los orienten a buscar artículos de información. Aún así, puede estar seguro que de estos casos se registran automáticamente en la actividad de la comunidad, de tal forma que si los clientes escalan sus problemas con un agente de servicio, ese agente tendrá todos los detalles que necesita para resolver rápido el problema.



7 Integre todos los datos del cliente para darle energía a la participación.

Nos hemos percatado de que los equipos de servicio tienen los datos del cliente ubicados en sistemas heredados y dispares, lo cual requiere más trabajo y tiempo para resolver los problemas del cliente. Sin embargo, podría optar por conectar fácilmente sus fuentes de datos externas para crear una vista de 360 grados de los datos del cliente, incluido el inventario, pedidos de compra, uso de productos y el historial de servicio. De esta forma, los agentes de servicio pueden extraer la información más relevante de la consola en el momento oportuno. Este tipo de datos y perfil del cliente de fácil acceso implica que sus agentes puedan trabajar de manera proactiva. Por ejemplo, los agentes pueden investigar qué clientes son VIP y revisar el inventario para identificar retrasos de productos y notificar a los clientes incluso antes de que tengan que preguntar.



“Salesforce nos ayuda a conectarnos con los clientes y colaborar con los empleados en tiempo real.”

Mark Moseley
Vicepresidente de TI
Rosetta Stone

8

Agilice las ventas y el servicio a través de un proceso de conexión con el cliente.

Cree un flujo de trabajo único para que sus equipos internos, incluidos finanzas, TI, marketing o las operaciones puedan mejorar el servicio de soporte en cada interacción con el cliente. Será más efectivo si crea aplicaciones para empleados y flujos de trabajo automatizados que estén personalizados de acuerdo a sus necesidades de servicio. Incluso, le puede ofrecer a sus empleados la maravillosa experiencia que le ofrece a sus clientes mediante la creación de un proceso de solicitudes/casos internos. En el momento en el que los agentes de servicio necesiten ayuda, podrán registrar una solicitud interna directamente en su consola de agente y solicitar ayuda sobre el producto, TI, marketing o finanzas. Con un servicio mejor conectado a equipos de soporte, los agentes pueden responder más rápido a las necesidades de los clientes.

“Usamos Salesforce para interactuar con nuestros miembros de una manera nunca antes vista.”

David Kallery
Presidente
Inspirato

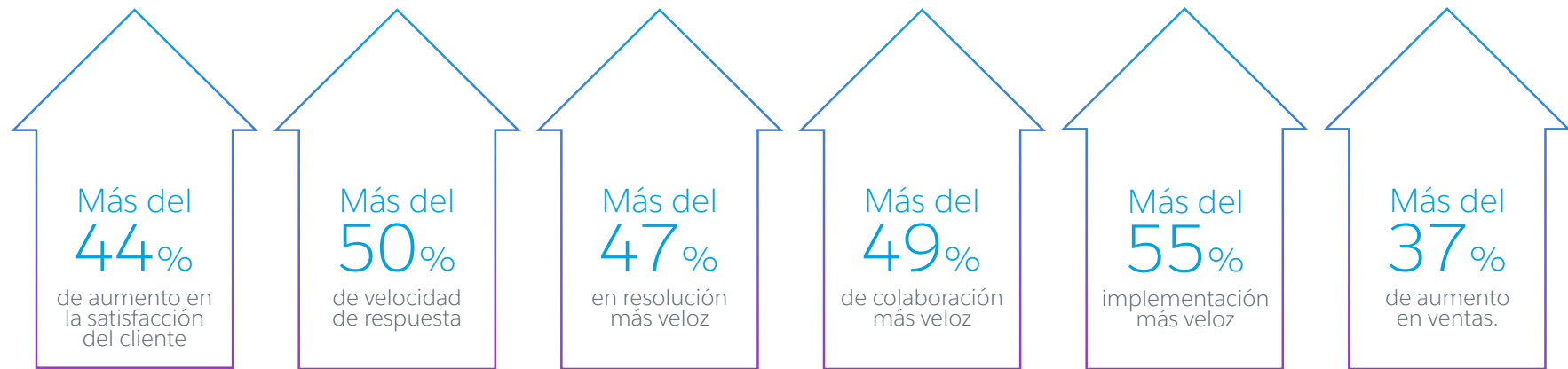


Llegó el momento de comenzar.

Basamos estas ocho estrategias en los comentarios de algunas de las empresas con mejor rendimiento que están elevando la apuesta cuando se trata de interactuar con el cliente. Esta nueva forma de conversación con el cliente requiere una interacción más profunda con cada uno de los clientes. Sin embargo, es necesaria una plataforma completa que le permita a su equipo tener estas nuevas y auténticas conversaciones recíprocas. Es ahí donde Salesforce para Servicio entra en acción. Ahora puede captar clientes, darle poder a los agentes, conectar el servicio con CRM completo y adaptarse más rápido para que su negocio se pueda conectar con los clientes de una forma totalmente nueva.

Conéctese con sus clientes de una forma totalmente nueva

Los clientes que utilizan **Salesforce para Servicio** están viendo resultados sorprendentes:



Fuente: Encuesta voz del cliente de Salesforce 2015

[Para conocer más de Salesforce para Servicio, póngase en contacto con nosotros.](#)



salesforce

THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM

SALES SERVICE MARKETING COMMUNITY ANALYTICS APPS IoT



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 de 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 alguno 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 se apliquen a su situación específica.

© 2016 salesforce.com, inc. Todos los derechos reservados.