

Cinco industrias

Transformando
el servicio de
atención al cliente
con Service Cloud



Introducción

En todas las industrias, las empresas tienen algo en común: ya sea que vendan productos o servicios, todas tienen clientes que requieren soporte. Pero hoy en día es mucho más que soporte. En nuestro nuevo mundo hiperconectado, cada compañía se esfuerza para brindar una experiencia al cliente que haga que los clientes regresen por más y le digan a sus amistades.

Como la tecnología le da forma a las expectativas de servicio de los clientes de hoy en día, las compañías están obligadas a adaptar sus modelos para brindar servicios a fin de mantenerse al día. Somos testigos de que las compañías más exitosas adoptan un enfoque proactivo enfocándose en la experiencia del cliente como un diferenciador competitivo y aprovechando la tecnología que coloca al cliente al centro de sus negocios. Aunque cada industria tiene sus propios retos y prioridades en el servicio de atención al cliente, de manera generalizada las compañías se están dando cuenta de los beneficios de este enfoque de “primero el servicio”, que incluyen: el aumento de la eficiencia operativa, la retención de clientes, la lealtad del cliente y los ingresos por ventas. Pero, en determinadas industrias, ¿cómo responden las compañías al desafío y brindan la experiencia del servicio esperada por sus clientes? Veamos cómo algunos clientes de Service Cloud en cinco industrias están adaptando y transformando su servicio.

Tabla de contenido

- 03** Banca comercial
- 05** Manufactura
- 07** Seguros
- 09** Comunicaciones
- 11** Distribución

Capítulo 1

BANCA COMERCIAL

Impulse la distinción y la lealtad con un servicio innovador.

En la banca comercial, el panorama de canales, las tecnologías y los procesos, han crecido de manera significativa con el paso del tiempo, convirtiendo en un reto el proporcionar soporte a los clientes de manera efectiva y eficiente. Las herramientas existentes se desarrollaron de manera aislada, resultando en un entorno complejo que no se creó con la perspectiva de los banqueros o de los clientes en mente, clientes que cruzan varios canales y demandan simplicidad y acceso en cualquier lugar y en cualquier momento.

Los sistemas de gestión de procesos de negocios (BPM) y los servicios de integración complejos han intentado “unir” los sistemas y los datos, aunque este enfoque tiende a centrarse en el canal o el producto. Este entorno está completamente alejado del modelo inicialmente móvil y digital que esperan los clientes de hoy en día. Considerando que el 90 % de las interacciones entre el cliente y un banco caen en la categoría de “servicio”, la oportunidad de innovar en este espacio ofrece un potencial significativo de lealtad del cliente si el riesgo se maneja de manera apropiada.

Los bancos comerciales usan Service Cloud para superar estos retos y reinventar la experiencia del cliente. Aprovechan Service Cloud porque aborda los imperativos estratégicos para el cambio: simplicidad, soporte en tiempo real, accesibilidad, movilidad, omnicanal y la habilidad de modelar la experiencia de servicio completamente en torno al cliente. Las tres actualizaciones anuales de Salesforce y su ecosistema abierto garantizan que los bancos puedan innovar y adaptar sus soluciones al paso del tiempo, más que caer en la trampa del “legado”.



[Lea la historia completa >](#)

Historia del cliente

Siam Commercial Bank

Siam Bank es la franquicia de banca comercial más grande en todo Tailandia. Con más de 1200 sucursales y 13 000 ventas y empleados de servicio de atención al cliente que usan Salesforce, el banco ha estandarizado todas sus operaciones comerciales en Salesforce. El banco implantó Sales Cloud inicialmente en sus sucursales comerciales como la solución de automatización de la fuerza de ventas y después extendió su uso para incluir Service Cloud. Actualmente el banco puede obtener una visión completa de un cliente, incluyendo todas las ventas e interacciones de servicio a través de todos los canales. Los agentes pueden visualizar inmediatamente el estado, etapa y disposición de una solicitud de servicio y están entrenados para revisar casos de servicio antes de involucrarse en conversaciones importantes con los clientes. Esto garantiza que cualquier problema sobresaliente en cuanto al servicio se maneje de manera adecuada y evite conversaciones de ventas o retención inapropiadas. Implantado tanto en sucursales como en centros de atención telefónica, los agentes son capaces de crear, gestionar y resolver casos rápidamente, así como colaborar de manera efectiva y mutua, independientemente del canal o grupo de soporte o administración. Service Cloud ofrece un mecanismo para automatizar, capturar e informar completamente de todas las formas posibles acerca de los casos de clientes, cuentas y servicios financieros. Dada la única fuente de información, la compañía brinda una experiencia al banquero y al cliente sin igual. El banco monitorea continuamente la efectividad de la plataforma para asegurarse de que están obteniendo el máximo valor de ella, supervisando la eficiencia del servicio, con apego a SLA y las oportunidades de ventas cruzadas y superiores en el punto de servicio adecuado.

Capítulo 2

MANUFACTURA

Asistencia continua con atención al cliente productiva y proactiva.

La esencia de la industria manufacturera consiste en entregar excelentes productos; sin embargo, una vez que salen del almacén, se vuelve crítico mantenerlos en funcionamiento. ¿De qué manera pueden asegurarse los fabricantes de que los clientes obtienen el máximo beneficio de sus bienes? ¿Qué pueden hacer para brindar mejores respuestas a las necesidades de sus clientes? ¿Es realmente posible resolver los problemas de los clientes antes de que ocurran? El servicio y la asistencia de clase mundial aseguran que el fabricante cree y mantenga una base de clientes satisfechos, de recomendaciones de boca en boca y ventas futuras.

Con Service Cloud, las compañías ahora pueden brindar un mejor servicio a sus clientes a través de un mantenimiento predictivo, contratos y gestión de derechos, servicio omnicanal y gestión de base instalada. Incluso hay formas para manejar el servicio en campo, ofreciendo tanto a los agentes de los centros de atención al cliente y representantes de campo una visión simple del cliente.

Mientras que la mayoría de las tecnologías heredadas inhiben el acceso a los datos desde dispositivos móviles, Service Cloud permite el acceso permanente a los empleados con analíticas, información de casos y una visión completa del cliente: todo desde sus dispositivos móviles. Con la capacidad de actualizar el estado de los casos y registrar notas desde cualquier lugar, los representantes de campo ahorran tiempo mientras el área de gestión puede acceder a mediciones procesables para optimizar la organización de soporte. Esto resulta en fabricantes que pueden dar un servicio de manera más rápida, inteligente, global y potenciar su capacidad para fijar precios. De hecho, los fabricantes que implementan Service Cloud reportan un incremento del 32 % en la satisfacción del cliente en su base de clientes.



Lea la historia completa >

Historia del cliente

Stanley Black & Decker

El servicio es una prioridad fundamental en Stanley Black & Decker (el más grande fabricante de herramientas) y Salesforce le ayuda a brindar una experiencia consistente de alta calidad. Mantener sus estantes llenos con las mejores selecciones para los clientes, distribuidores y concesionarios, requirió respuestas rápidas a sus preguntas. Service Cloud permitió una rápida creación de casos para abordar esas preguntas. La compañía ahorra más de 6000 horas cada año que antes se empleaban en tareas manuales y los agentes invierten más tiempo ayudando a sus clientes. Y como cada producto profesional que entrega Stanley Black & Decker incluye una garantía de por vida, necesita asegurarse de que sus clientes cuentan con un buen soporte. La compañía produjo una aplicación móvil fácil de usar para trabajadores que a menudo no eran técnicos, brindando soporte a toda una comunidad de usuarios. Stanley Black & Decker ahora evalúa el concepto de herramientas conectadas a fin de que las propias herramientas puedan notificar a sus propietarios o incluso a la compañía si existe un problema técnico.

“Salesforce1 Platform permite nuestra visión de herramientas y comunidad conectadas”.

-JoAnna Sohovich, Presidenta Global, IAR Division

Capítulo 3

SEGUROS

Aumente la retención de clientes con un servicio sin esfuerzo.

Los clientes y socios en todas las líneas de productos de seguros demandan experiencias sin esfuerzo por parte de sus aseguradoras, y esto ocurre en un momento en el que identifican pocas diferencias entre los productos de seguros. Esta lealtad disminuida y “riesgo de fuga” en aumento han puesto en juego 400 mil millones de dólares en primas de seguros de propiedad, contra accidentes y de vida anualmente. De frente a un alto desgaste de los agentes y los altos costos de incorporación, las aseguradoras buscan formas de aumentar la productividad y equipar a los agentes con herramientas para ofrecer el producto correcto en el lugar y el momento indicados.

Para las aseguradoras con amplios canales de distribución que venden a través de agentes y asesores independientes, hay una necesidad urgente de contar con una plataforma que soporte una entrega de servicio “B2B2C”. Las aseguradoras quieren construir relaciones directas con los titulares de las pólizas sin productores intermediarios. Así, las aseguradoras necesitan una plataforma que soporte a los productores de seguros y brinde un servicio sin esfuerzo a los titulares de las pólizas.

Desafortunadamente, las aplicaciones heredadas profundamente personalizadas siguen siendo un riesgo ante el cambio, difíciles de actualizar y casi imposibles de innovar. Las compañías de seguros con estos impedimentos tienen dificultad para competir. Con Service Cloud, las aseguradoras pueden repetir y brindar pequeñas victorias de alto valor, aprovechando las inversiones que ya se han realizado en los sistemas administrativos de seguros. Este enfoque es opuesto a las estrategias de TI “construir de raíz “ y “eliminar y reemplazar”. Las aseguradoras aprovechan Service Cloud para colocar al cliente en primer lugar y proporcionar a los socios y empleados las herramientas a lo largo de todo el ciclo de vida del cliente, que incluye adquirir, integrar, hacer crecer, dar servicio y retener al cliente.





Lea la historia completa ›

Historia del cliente

Sompo

Como la compañía de seguros patrimoniales número dos de Japón, el Director ejecutivo de Sompo buscó diferenciar a la compañía y retener a sus clientes mediante un servicio “sin esfuerzo”; principalmente como resultado de que la compañía enfrentaba un mercado local maduro que estaba experimentando un crecimiento negativo. Su objetivo: “Hacer de Sompo un conserje que ofrezca tranquilidad, seguridad y salud”. Desafortunadamente, los agentes de Sompo estaban mal equipados para ofrecer un servicio excelente a través de los canales debido a sus sistemas y procesos aislados. Sompo eligió Service Cloud de Salesforce porque podía personalizarse fácilmente e implantarse de forma rápida. Service Cloud conjunta la información del cliente desde varios canales, incluyendo consultas, pagos, pólizas y contratos, facultando a Sompo y a sus agentes con una visión completa del cliente y la capacidad de colaborar en tiempo real a través de los límites de la compañía para satisfacer las solicitudes de servicio.

Capítulo 4

COMUNICACIONES

Brinde mejores experiencias con una visión completa del cliente.

Las compañías de comunicación han invertido millones de dólares para mejorar la experiencia del cliente, permitiéndoles a estos interactuar con teléfono en mano para transmitir videos, hablar cara a cara con sus familias y conectarse virtualmente con cualquier servicio que usen en su vida diaria. Las ofertas crecen durante el día al tiempo que estas compañías se convierten en anclajes de un Internet de los Objetos (IoT) y proveedores de servicios telemáticos. No obstante, esa misma innovación no se ha extendido de manera tan significativa hacia la experiencia de servicio de atención al cliente. Lo que debería ser un viaje simple y personalizado, a menudo es frustrante y fragmentado.

Service Cloud reinventa las conexiones del cliente para ofrecer un servicio más rápido e inteligente bajo los términos del cliente, permitiendo que las compañías creen conexiones con los clientes a través de cada canal y superando los silos burocráticos para ofrecer un viaje sin esfuerzos uno a uno que mejore la satisfacción, la lealtad y la retención.





Lea la historia completa >

Historia del cliente

Time Warner Cable

Time Warner Cable (TWC) entiende lo imprescindible que es colocar al cliente en el centro de sus operaciones. Uno de los más grandes proveedores de comunicaciones en el país, que opera en 29 estados, TWC carecía de visibilidad en la interacción con el cliente. Las órdenes se estancaban en cierto número de pasos que se deben cumplir con procesos manuales inconsistentes. Los sistemas heredados demostraron ser inflexibles e incapaces de satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes.

TWC volvió su vista hacia Salesforce para envolver un nuevo sistema ágil de interacción alrededor de viejos sistemas de registros. Hoy en día, TWC equipa a todos sus equipos con una visión completa del cliente, mejorando de manera dramática los tiempos de servicio y aumentando la satisfacción del cliente. “Tener todo al alcance de la mano de los agentes -donde quiera que se encuentren- les ayuda a trabajar más rápido y a ser más efectivos”, señaló Dave Schwehm, vicepresidente de soluciones de comunidad.

Con Salesforce, compañías como TWC han visto una mejora de 34 % en el servicio de atención al cliente al tiempo que los agentes se conectan con los puntos de contacto con el cliente a través de canales y dispositivos. Ya sea de manera alámbrica o inalámbrica, por cable o satélite, los clientes esperan que su proveedor de comunicaciones se conecte con ellos con servicios fáciles de usar y siempre disponibles y Salesforce les ayuda a satisfacer estas expectativas.

Capítulo 5

DISTRIBUCIÓN

Transforme el viaje de sus clientes con un servicio personalizado.

Los clientes de hoy en día quieren una experiencia de servicio ininterrumpida mediante distintos canales y en cada dispositivo. Debido a los silos operativos y a las inversiones insuficientes en su infraestructura de servicio, los distribuidores carecen de la capacidad de proveer una experiencia personalizada. Los empleados de los distribuidores están obligados a depender de viejos sistemas dispares que evitan un servicio oportuno al tiempo que los agentes de servicio carecen de un contexto completo del cliente. Y aunque los clientes minoristas aprovechan cada vez más los canales de redes sociales para hacer recomendaciones, brindar retroalimentación y proporcionar asistencia, la infraestructura de servicio de la mayoría de los distribuidores les impide integrar y dar soporte a los clientes a través de este importante canal. Esta es una oportunidad que pierden los distribuidores para diferenciar sus marcas mediante la interacción y el servicio significativo a través de cada canal.

Service Cloud ofrece soluciones oportunas a los problemas a través de cualquier dispositivo o canal, incluyendo canales en tienda, en línea y en redes sociales. Los distribuidores ahora pueden personalizar la experiencia del servicio basada en una visión comprehensiva y enriquecida del cliente. El personal de los distribuidores de toda la compañía (incluyendo agentes de los centros de servicio, empleados de tienda y de distribución) pueden colaborar y contribuir para resolver problemas en tiempo real mientras acceden a una visión simple del cliente.



ALDO



Lea la historia completa ›

Historia del cliente

Aldo

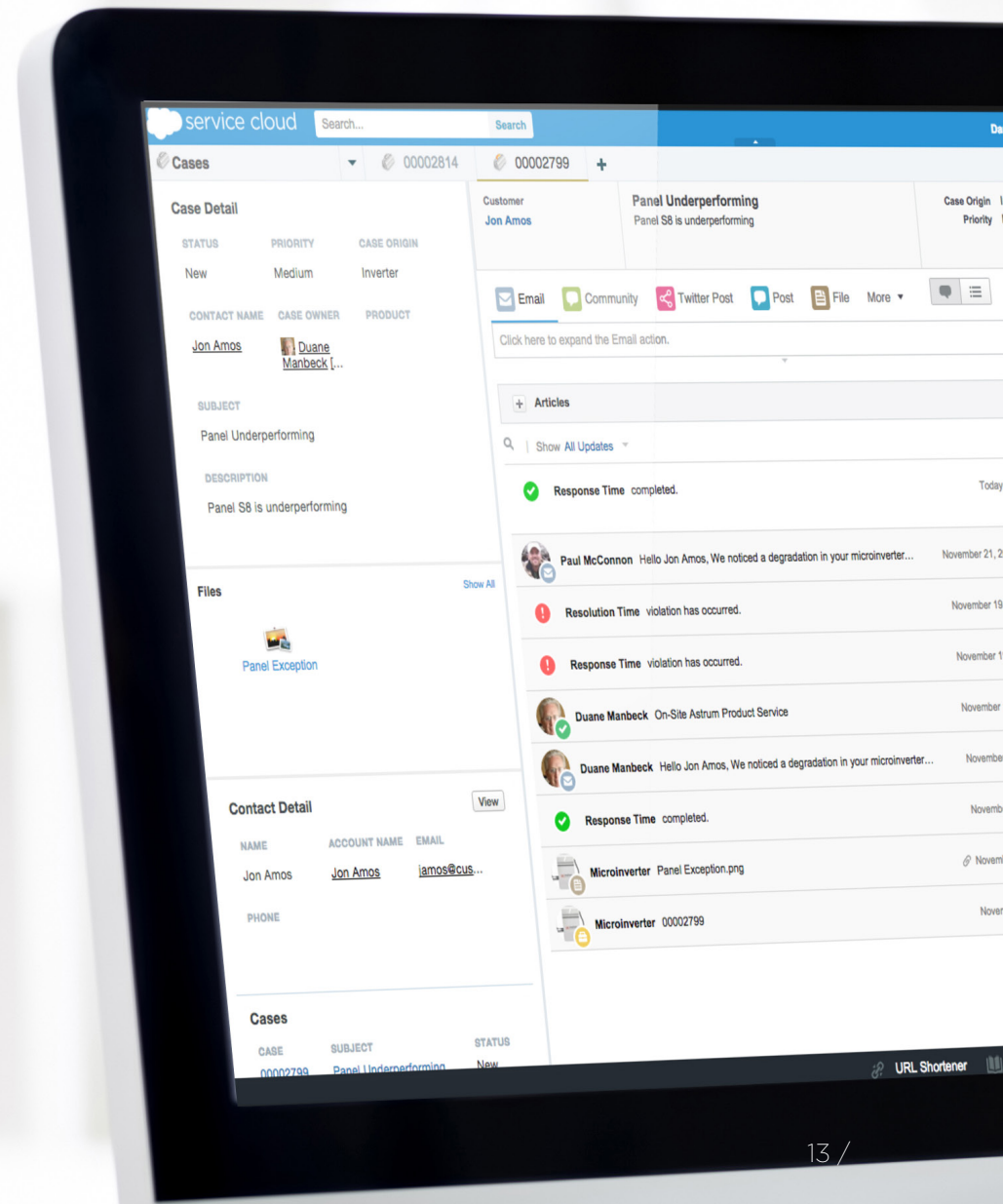
ALDO aprovechó Salesforce para alcanzar una mejor comprensión de las preferencias de los clientes a fin de brindarles un mejor servicio. Este aumento en el conocimiento del cliente ayuda a ALDO a anticipar de una mejor manera las necesidades y expectativas de sus clientes y a interactuar con ellos con mayor eficiencia a través de los canales favoritos de los clientes. Por ejemplo, los agentes de servicio de atención al cliente están equipados con una visión completa del cliente con Service Cloud, permitiéndoles acceder rápidamente a los datos de los clientes, encontrar respuestas y responder a los problemas más rápido. ALDO también puede participar activamente en conversaciones acerca de su marca en las redes sociales. En el futuro, otras aplicaciones construidas en Salesforce facilitará a los compradores VIP la solicitud de artículos por anticipado o el uso de sus teléfonos para comprar en la tienda, lo que finalmente le permitirá a la compañía ofrecer una mejor experiencia en el servicio.

“Salesforce nos ayuda a construir relaciones con los clientes en cada canal”.

-Todd Dean, Vicepresidente de Cross-Channel y eCommerce

Conclusión

En cada una de estas industrias, las compañías líderes están colocando a los clientes en el centro de sus negocios y transformando la forma en que brindan servicio de atención al cliente. De esta forma, pueden establecer relaciones más profundas con los clientes, distinguirse entre sus competidores y brindar una experiencia al cliente totalmente nueva. En un mundo en el que las tecnologías móviles y conectadas son omnipresentes, en el que los clientes esperan una interacción ininterrumpida y asistencia a través de todos los canales y en el que las perspectivas instantáneas y la agilidad del negocio son imprescindibles para mantenerse al ritmo de un panorama de servicio siempre cambiante, las empresas están implementando Service Cloud de Salesforce para alcanzar el éxito.



SOLUCIONES DE SERVICIO QUE HARÁN QUE SU NEGOCIO SEA MÁS PRODUCTIVO

Brindar un increíble servicio de atención al cliente es la parte esencial de lo que significa ser una Compañía del Cliente, así como conectarse con los clientes en formas totalmente nuevas.

Conozca más ›

48 % Más satisfacción del cliente

47 % Menos tiempo en la resolución de casos

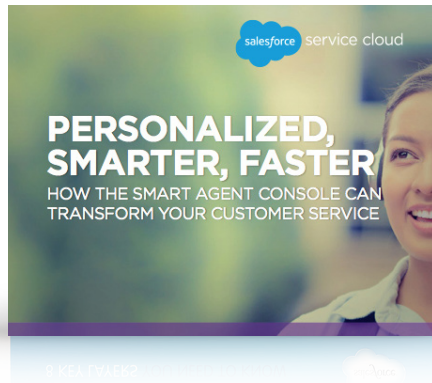
45 % Aumento en la productividad de los agentes



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, un arquitecto, un asesor empresarial o un ingeniero para obtener consejos específicos que se apliquen a su situación específica.

© 2016 Salesforce.com. Todos los derechos reservados.

Recursos que también podrían interesarle:



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

DESCARGAR



5 anuncios de Dreamforce que le darán forma al servicio en 2015

DESCARGAR



Vea 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