

Experiencias renovadas de atención al cliente

© 2023 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados.

 **webex**
by CISCO

Las expectativas de los clientes están cambiando.

La industria de la atención al cliente se encuentra en un momento clave de su historia. Así como el estilo de trabajo híbrido se impuso más rápido debido a la pandemia, el método de comunicación de los clientes con las empresas también ha cambiado para siempre. La nueva realidad es que los clientes esperan poder interactuar con las empresas mediante cualquier canal digital, no solo por teléfono. Y cuando optan por el teléfono esperan que el equipo de atención al cliente los conozca y sepa lo que necesitan de la empresa.

El servicio de atención al cliente es la nueva vidriera

Otra consecuencia de la transición casi instantánea de todo el mundo al plano virtual es que los centros de atención al cliente se han convertido en el principal punto de contacto. Pero los equipos de atención al cliente, para desempeñar su papel con éxito, deben reconocer de inmediato qué necesita cada cliente, si no quieren perderlo para el futuro.

Ahora más que nunca, las empresas deben brindar en cada punto de contacto una experiencia personalizada que supere las expectativas del cliente. Sin ese nivel de excelencia, hasta las marcas más afianzadas pueden perder de la noche a la mañana la fidelidad de los clientes que se habían ganado con años de arduo trabajo.

Las empresas que no satisfagan a los clientes en este momento crucial darán una ventaja importantísima a sus competidores.

Para los clientes, las experiencias más memorables se dan cuando los agentes conocen su historial, están equipados con los recursos adecuados para atenderlos, y cuentan con herramientas de colaboración simples para recibir ayuda de otros equipos a fin de satisfacer rápidamente las necesidades.

Lo que significa todo esto es que, si pensamos en la empresa como una tienda, el departamento de atención al cliente ya no es un sector casi escondido por allá atrás. Más bien, es la puerta principal, y los agentes de atención al cliente ahora son los directores de primera impresión.

Pero no todas las organizaciones están preparadas para triunfar en este aspecto clave, muchas veces por no tener la tecnología necesaria para atender mejor a los clientes.

Las segundas oportunidades son pocas: por qué hay que renovar la experiencia de atención al cliente

Esto nunca fue tan importante.

43

estudios revelan que la gente en toda su vida se pasa, en promedio, 43 días aguardando en espera al hablar por teléfono. Eso equivale a 1000 horas escuchando música de espera.

[Más información](#)

1 de cada 2

clientes afirma que sus experiencias de atención están fragmentadas.

[Más información](#)

59 %

de los clientes dice estar dispuesto a abandonar marcas que le encantan si tiene 2 o 3 experiencias negativas.

[Más información](#)

32 %

dice que abandonaría una marca tras una sola interacción negativa.

[Más información](#)

Entonces, ¿cómo puede afrontar este desafío?

El éxito de su organización depende de la fidelidad de los clientes. Y la fidelidad se gana resolviendo con rapidez y eficiencia los problemas de los clientes, de la manera más sencilla para ellos.

Las empresas que entienden esto hacen todo lo siguiente: escuchar, interactuar, equipar, aprender y adaptar.





Escuchar

Arme perfiles detallados de los clientes.

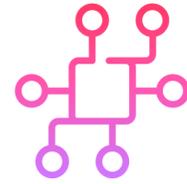
Escuchar significa comprender las interacciones y las actividades de los clientes, para identificar de forma proactiva las cuestiones antes de que se conviertan en problemas, y así reducir la cantidad de llamadas. Cuando un cliente efectúa una llamada, sus agentes deben saber exactamente qué necesita y cómo resolver la situación.



Participar

Comuníquese con los clientes como, cuando y donde ellos lo deseen.

La interacción con su empresa debería basarse en cómo les gusta comunicarse a los clientes, más allá de si es mediante mensajes de texto o una aplicación de mensajería. Y los clientes que prefieren las opciones autoservicio deberían tener acceso 24/7 a agentes virtuales.



Equipar

Aproveche la inteligencia artificial y la colaboración para preparar superagentes.

El agente nunca debería sentirse en una isla abandonada. Debe tener las herramientas y el apoyo de la organización para resolver con rapidez los problemas de los clientes.

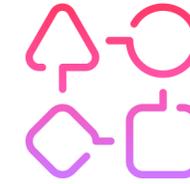
Con estos recursos, usted preparará superagentes que brinden mejor atención al cliente y con más eficiencia.



Aprender

Use la información para optimizar las experiencias del cliente.

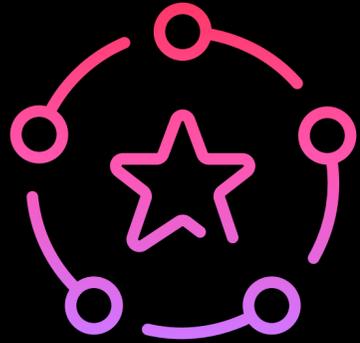
Para ofrecer excelentes experiencias del cliente, debe aprender de las interacciones e identificar y priorizar continuamente las mejoras que tendrán el mayor impacto tanto en la satisfacción como en los costos.



Adaptar

Automatice la experiencia de atención al cliente casi sin necesidad de modificar el código.

Usted necesita sacar provecho a la información obtenida de los clientes. Tenga desarrolladores o no, usted debería ser capaz de personalizar rápidamente la experiencia de atención al cliente a partir de los datos.



Al combinar estas cinco acciones, se logra un ciclo virtuoso. Escucha a los clientes, interactúa con ellos de la manera que ellos desean, equipa a los agentes para que brinden experiencias óptimas, aprende para saber qué mejorar, y adapta la atención implementando mejoras rápidamente sin necesidad de modificar el código.

Así lo ayuda Webex con las 5 acciones necesarias para brindar una atención al cliente excepcional



Escuchar

Concéntrate en el cliente. El servicio de datos integral de Webex permite capturar todas las interacciones con el cliente de todos los canales y aplicaciones, incluso aplicaciones que no son de Cisco. El servicio reúne los datos fragmentados, para que pueda atender a los clientes de forma más proactiva.

Supongamos que un cliente trata de hacer una compra en una aplicación pero, por algún motivo, no logra completarla. Antes de que el cliente se frustre y cierre la aplicación, un bot de chat detecta la situación, le ofrece ayuda y lo comunica de inmediato con un agente que sabe exactamente cuál es el problema y cómo resolverlo.

De este modo, de una mala experiencia (y la posibilidad de perder al cliente) surgen varios momentos "mágicos" que dejan contento al cliente. Para todo esto es necesario escuchar.



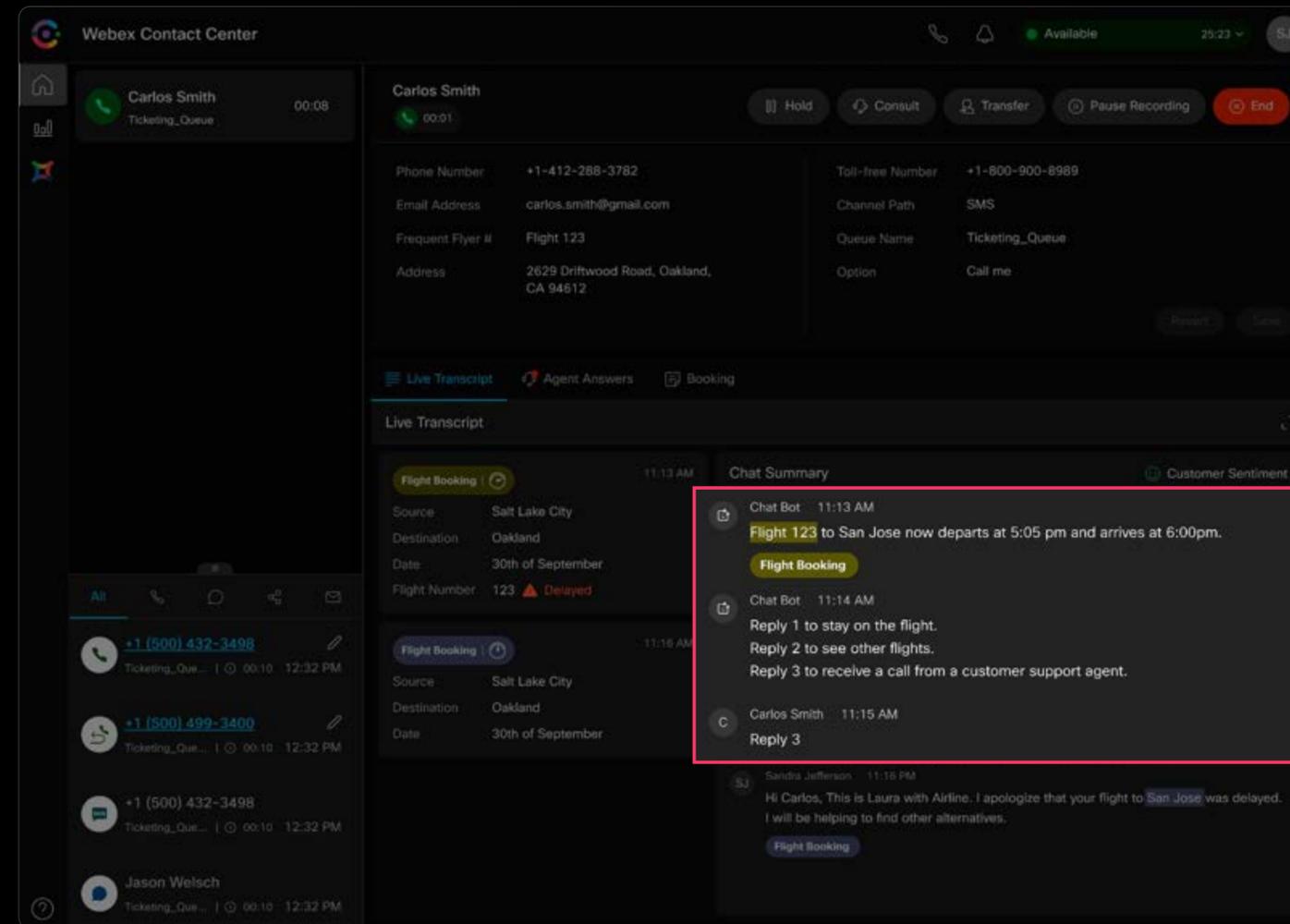
Participar

Los clientes deberían interactuar con usted como con sus amigos. Debe ser así de sencillo y natural. Esto significa que el cliente debe poder elegir cómo comunicarse. Quizás necesite emplear una aplicación de mensajería como Facebook Messenger o WhatsApp, o enviar un mensaje de texto para no hacer una llamada. Esto tiene que ser fácil.

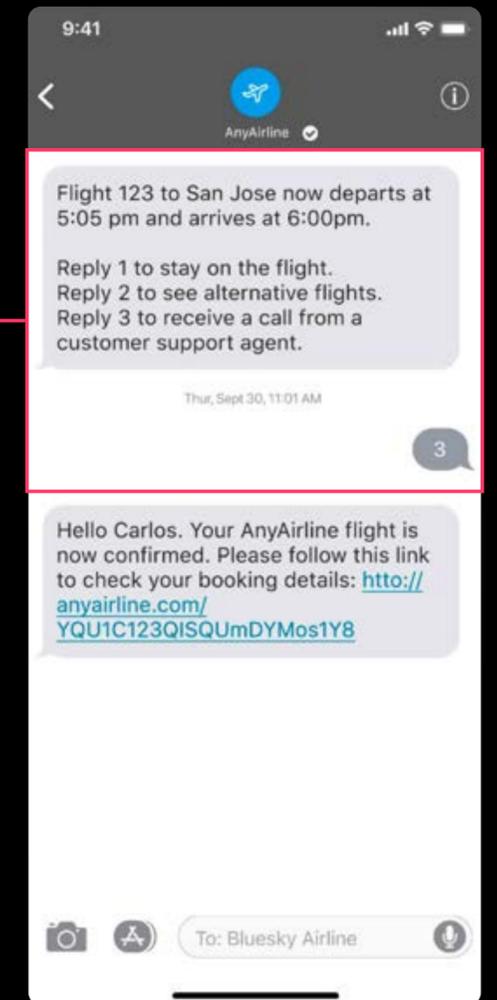
Y, al igual que sucede con los amigos, las conversaciones con el cliente deben continuar desde donde terminó la anterior. Pero, para esto, los agentes necesitan un sistema integrado que reúna todas las interacciones. Eso es justamente lo que ofrece [Webex Contact Center](#).

Reunimos toda la información en una bandeja de entrada al alcance de la mano de la agente. En el escritorio de agentes de Webex Contact Center, están las transcripciones de todas las interacciones, más allá del canal empleado.

Experiencia integrada para los agentes



Experiencia omnicanal para los clientes



Equipar

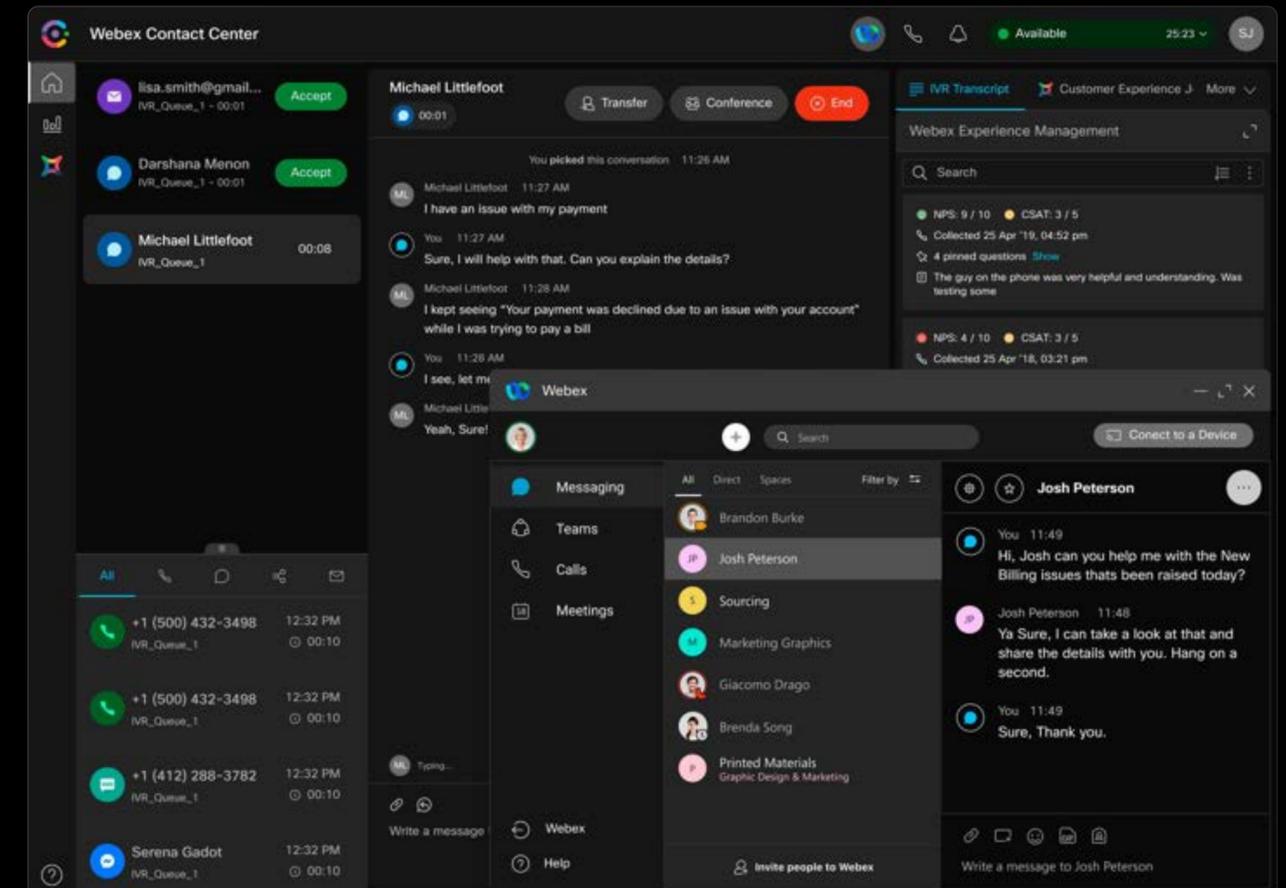
Usted puede aprovechar la misma tecnología de inteligencia artificial de [Webex Suite](#) para ayudar a sus agentes a ganar productividad.

Primero, eliminamos el ruido de fondo, para que la voz del cliente y la del agente se escuchen con total claridad. Luego tomamos el audio y generamos transcripciones en tiempo real. Esto garantiza que se capturen las palabras empleadas. Y, por último, mediante tecnología de detección de intenciones, el sistema interpreta el significado subyacente y la intención del cliente, para coordinar la acción necesaria. Esto genera oportunidades de automatización, para que el cliente no deba quedar en espera.

Pero no todos los problemas de los clientes se resuelven tan fácilmente. Cuando el agente necesita ayuda para resolver un problema, puede recurrir a la [aplicación Webex](#) para aprovechar

en tiempo real los grandes conocimientos especializados de la organización. El agente puede comunicarse con los expertos mediante mensajería, reuniones o llamadas. Estos conocimientos colectivos permiten resolver los problemas más rápidamente y aumentan los conocimientos y la eficiencia de los agentes.

Cuando los agentes dejan de sentirse aislados y poco equipados para ayudar a los clientes, la satisfacción laboral aumenta, la retención de empleados también sube, mientras que también crece su capacidad para resolver problemas. Cuando un agente está feliz, es más probable que deje contentos a los clientes.



Aprender

Información en todos los niveles.

Clientes

Cuando se trata de la experiencia del cliente, bueno no es suficientemente bueno. Utilice los comentarios de los clientes para obtener información, optimizar los resultados y aumentar la satisfacción del cliente.

de agentes

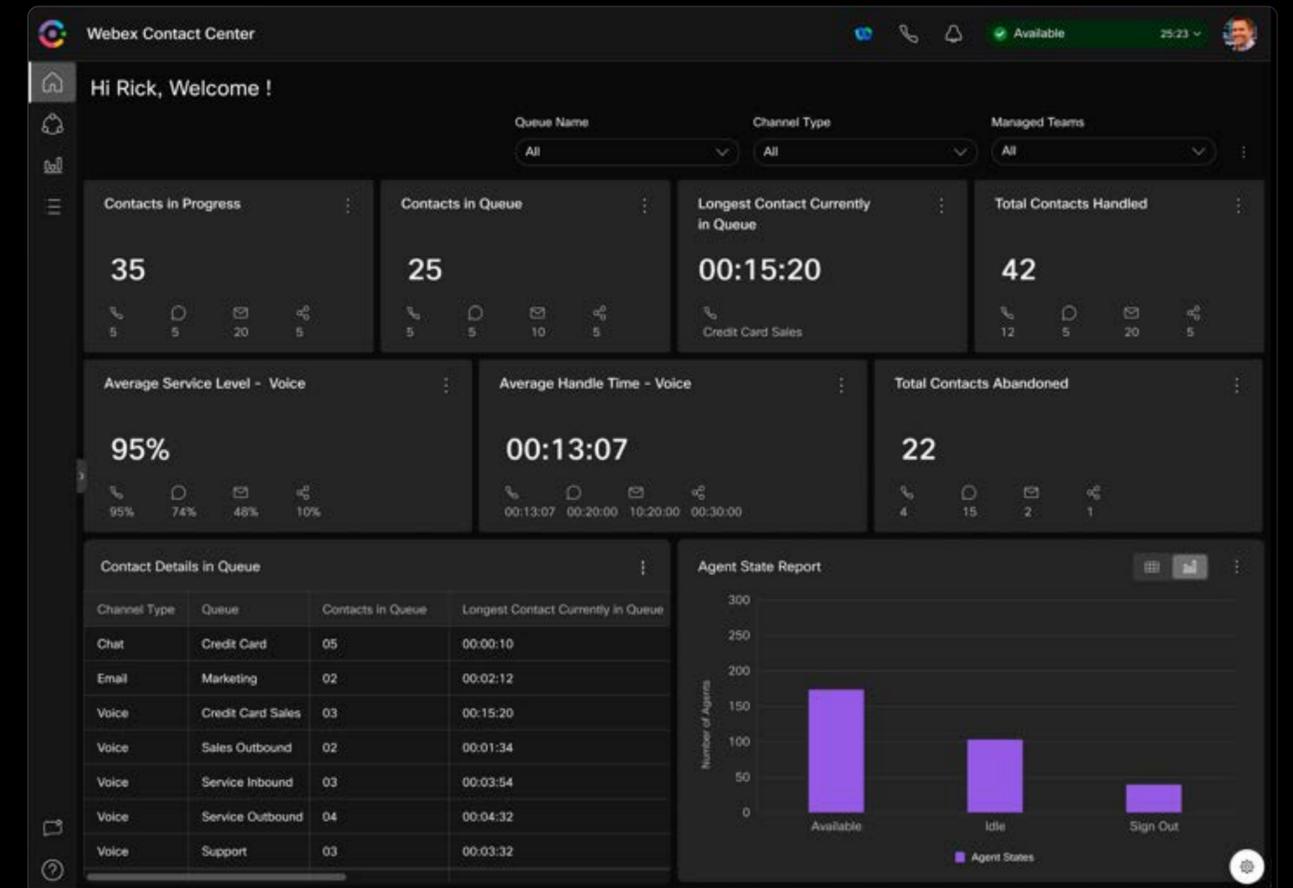
Brinde a los supervisores la visibilidad y la información que necesitan para capacitar a los agentes y ayudarlos a alcanzar los objetivos comerciales. El escritorio del supervisor proporciona aspectos destacados importantes, detalles de rendimiento e información clave para que los supervisores puedan mantenerse informados, interactuar con los agentes de manera significativa y crear un equipo que brinde experiencias del cliente increíbles.

Administración operativa

Disfrute de una administración simple y visibilidad en tiempo real con sus aplicaciones de colaboración mediante Webex Control Hub. Diagnostique problemas técnicos, como llamadas de mala calidad, conexiones de red o incluso problemas con los auriculares de un agente, mientras administra su centro de contacto en la nube desde un solo lugar.

También facilitamos la integración de aplicaciones de CRM clave, como Microsoft Dynamics, Salesforce, Zendesk y más.

Su organización puede beneficiarse de flujos de trabajo sin inconvenientes y una experiencia totalmente integrada.



Adaptar

Usted debería estar en condiciones de llevar rápidamente a la práctica lo aprendido al prestar atención a las interacciones y las actividades de los clientes, para mejorar sus experiencias.

Al igual que otras plataformas CPaaS, [Webex Connect](#) permite a sus desarrolladores incorporar comunicaciones en las aplicaciones y los sistemas mediante API y SDK. Para los desarrolladores, la plataforma brinda un

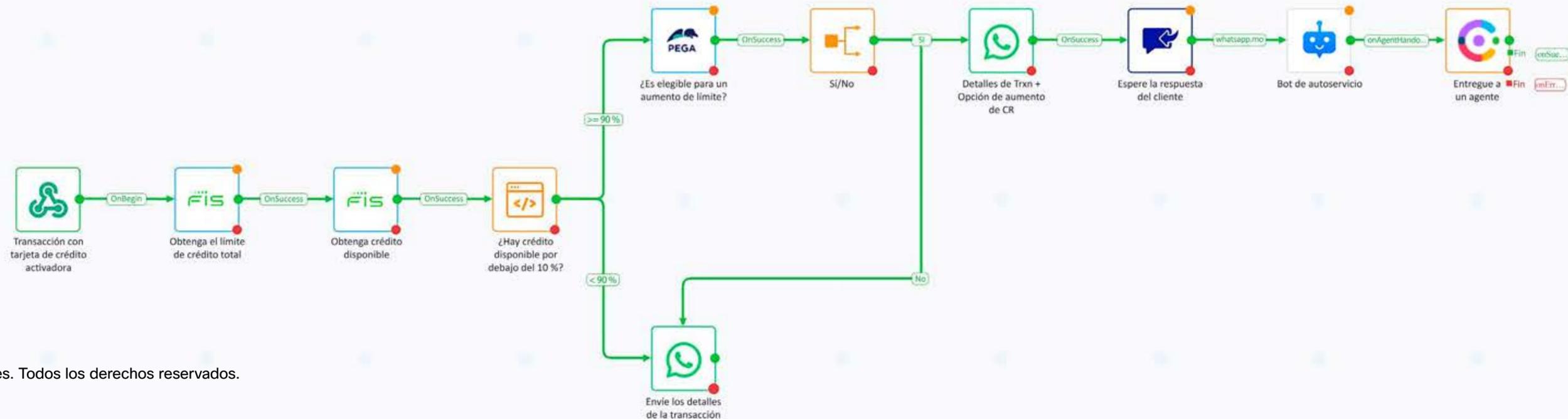
buen grupo de opciones de comunicación programables, como SMS, voz y canales más nuevos, como WhatsApp, Apple Business Chat, video dentro de la aplicación, etc. Pero allí se agotan las similitudes.

Webex Connect además ofrece recursos visuales que exigen poco o nada de código informático y así democratizan la creación y la modificación de flujos de trabajo. Esto permite a los analistas

empresariales crear procesos automatizados que conecten las interacciones de los clientes con los sistemas operativos, como sus sistemas de CRM, finanzas y facturación. Esto significa que usted puede preparar rápidamente un proceso bien organizado, sin necesidad de que se convierta en un largo y costoso proyecto de TI. La plataforma además incluye módulos de medición y facturación que permiten definir precios

basados en el consumo o en el compromiso, independientes de las licencias de Webex Suite.

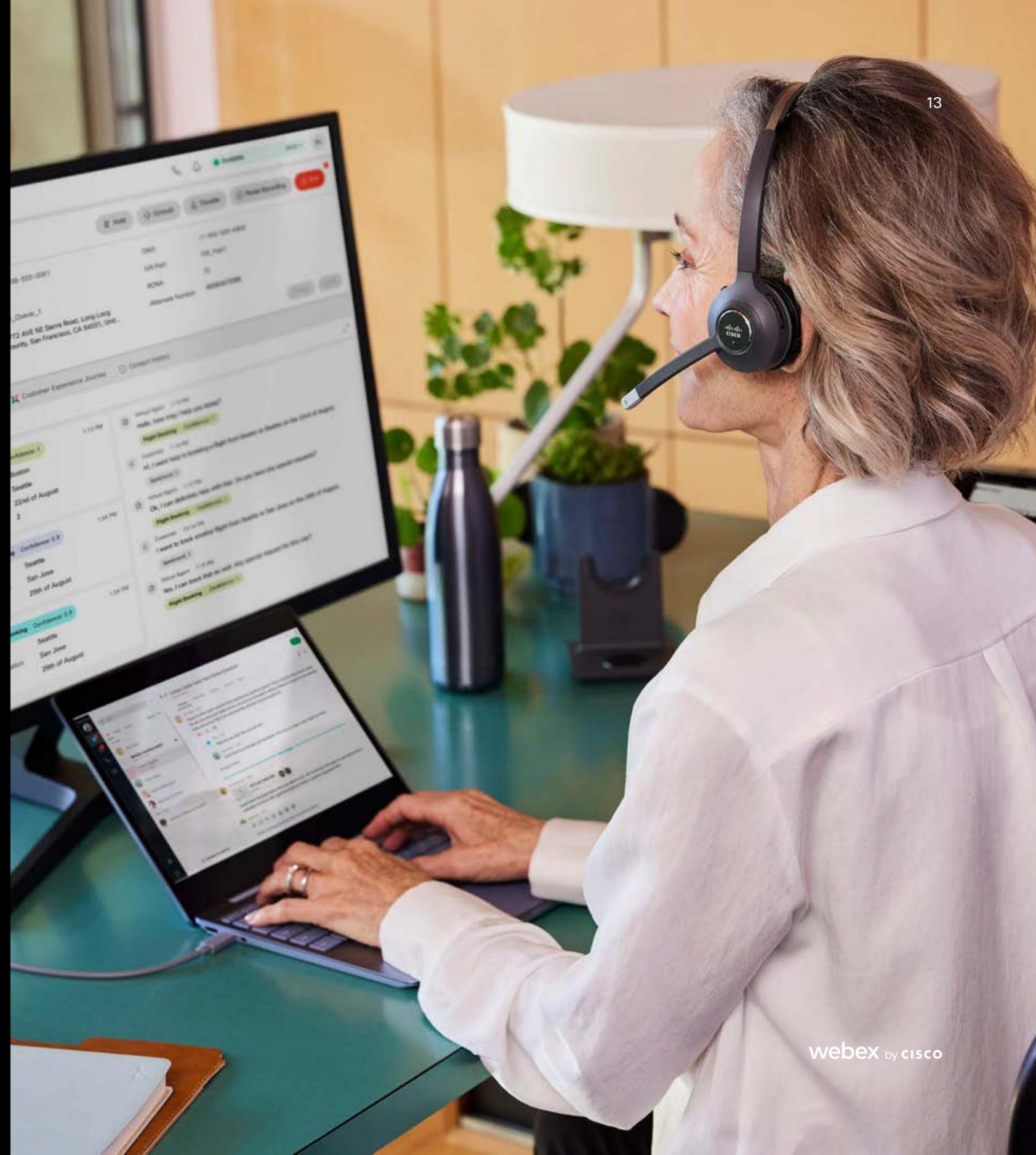
¡[Pruebe usted mismo](#) y vea lo fácil que es poner en marcha una CPaaS empresarial!



Por qué las marcas más reconocidas del mundo emplean Webex para la atención al cliente

Muchas de las marcas más importantes y reconocidas del mundo emplean Webex para brindar experiencias de atención al cliente mágicas y excepcionales. Nosotros ofrecemos la plataforma integral más completa de la industria para toda la experiencia de atención al cliente. Consiste en un grupo de aplicaciones integradas, todas basadas en un mismo pilar, que es el servicio de datos.

Y el motor para todo esto es Webex, lo cual significa que se aprovechan directamente todos los fantásticos recursos de colaboración, llamadas, mensajería, inteligencia artificial y mucho más.



Las cifras de Webex en cuanto a la experiencia de atención al cliente

Webex de Cisco es la referencia en cuanto a la experiencia de atención al cliente. Llevamos años concentrándonos en esto. Y se [nota](#).

3 600 000
Agentes

Retorno de la inversión del 262 %
en 3 años con Webex Contact Center

36 000
las organizaciones

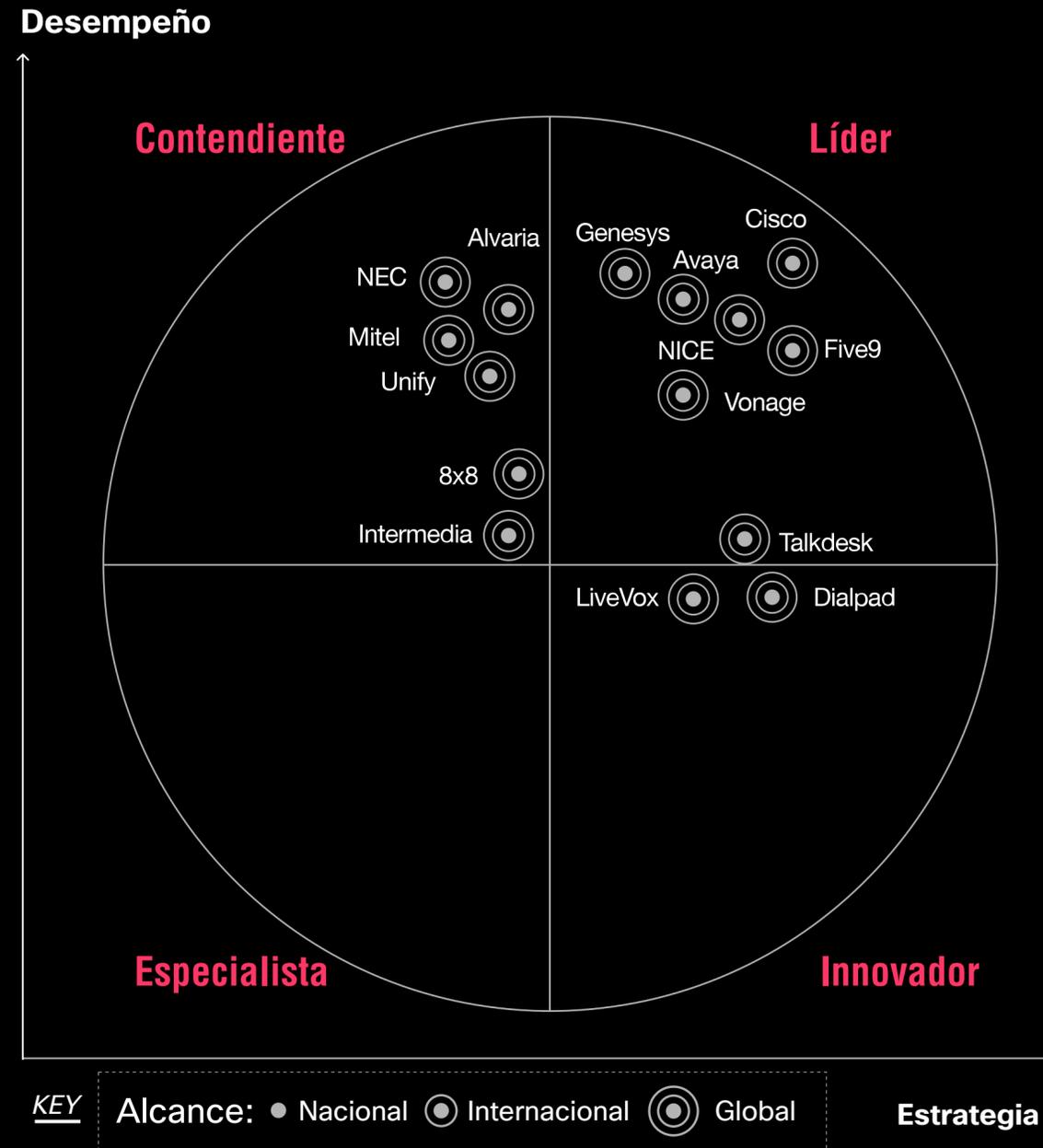
5000 millones de interacciones
por año

The Aragon Research Globe™

Cisco fue nombrado líder para Webex Contact Center en The Aragon Globe para el Centro de Contacto Inteligente en 2022*

* The Aragon Research Globe™ para Centros de Contacto Inteligentes, 2022
Copyright © 2022 Aragon Research Inc. y/o sus filiales. Todos los derechos reservados. Aragon Research y Aragon Research Globe son marcas comerciales de Aragon Research Inc.

The Aragon Research Globe™ para Centros de Contacto Inteligentes, 2022 (desde el 3/11/2022)



Testimonios

- [T-Mobile](#) mejora la atención al cliente mediante Webex Contact Center
- [Vodafone](#) eleva un 25 % las tasas de respuesta a sus campañas
- [Cambridge University Hospitals](#) reduce un 27 % las ausencias en turnos programados



¡Véalo en acción!

Webex genera experiencias estupendas de atención al cliente.



© 2023 Cisco y/o sus filiales. Todos los derechos reservados. Cisco, el logotipo de Cisco, Webex by Cisco y Webex son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de Cisco y/o de sus filiales en EE. UU. y en otros países. Para ver una lista de las marcas comerciales de Cisco, visite la página de marcas comerciales en el sitio web de Cisco. Las marcas comerciales de terceros mencionadas en este documento pertenecen a sus respectivos propietarios. El uso de la palabra "partner" no implica una relación de asociación entre Cisco y cualquier otra empresa. (2106R)

