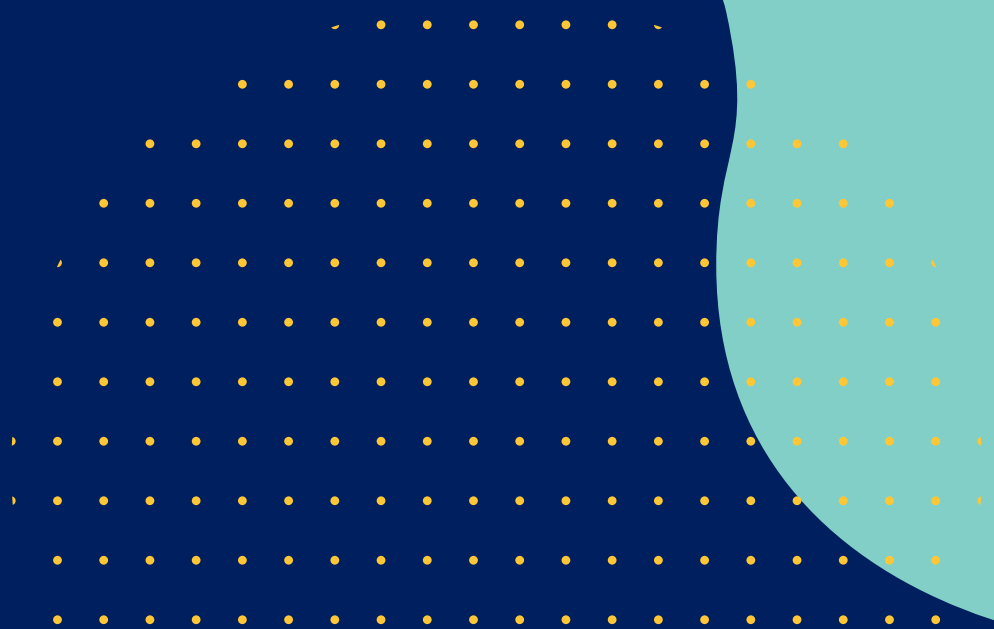




6 pasos para simplificar el servicio



Deje de luchar y comience a simplificar

Ofrecer una atención al cliente de alta calidad no es una tarea sencilla. Sin la estrategia y las herramientas correctas, el servicio puede resultar una lucha constante para todas las personas involucradas, desde agentes hasta clientes y administradores de TI. **¿Qué pasaría si todo fuera más sencillo?**

Proporcionar un servicio sencillo no es fácil

Constantemente, emergen nuevos canales. Las expectativas de los clientes no dejan de aumentar. La necesidad de ser mejores, actuar más rápido y ofrecer algo más sencillo es un reto al que se enfrentan todas las empresas de telecomunicaciones. Si a eso le sumamos los volúmenes sin precedentes de consultas de clientes y la mayor presión por reducir los costes, se entiende por qué muchas compañías líderes en atención al cliente están teniendo dificultades. Lo sabemos. Si bien no va a aparecer una solución de la noche a la mañana, existen algunas opciones que pueden ayudarlo. Y con grandes resultados.

Podemos ayudarlo

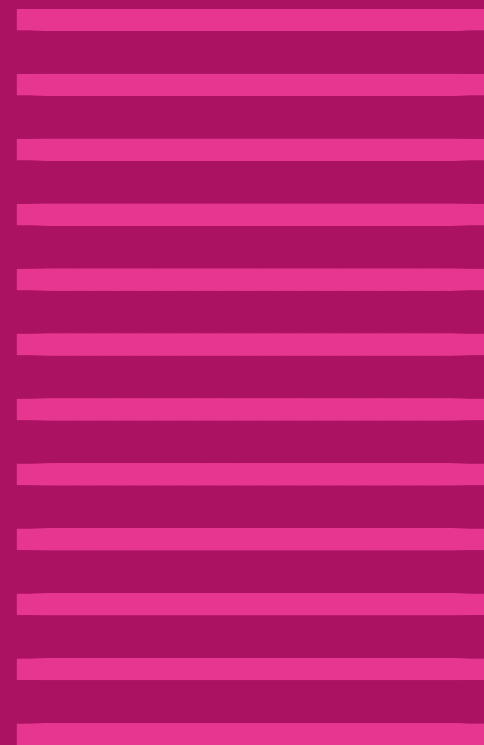
En Pega, ayudamos a empresas como la suya a acabar con la complejidad del negocio. Por este motivo, nuestras soluciones de atención al cliente no solo le ayudan a proporcionar un servicio que genere clientes más satisfechos; también queremos que sea más sencillo para su personal y, al mismo tiempo, le permita ahorrar dinero. Usted ayuda a resolver los retos urgentes de sus clientes todos los días. Permítanos resolver algunos de los suyos, para que pueda enfocarse en las personas, en lugar de en los problemas.

“El trabajo de Pega con un cliente de telecomunicaciones suizo de gran magnitud permite a los agentes encontrar toda la información relevante de los clientes en la primera pantalla de Pega. No se requieren clics y solo se necesitan cinco segundos para entender a los clientes. En consecuencia, el cliente redujo el tiempo promedio de resolución en más de 30 segundos, y sus clientes reciben un servicio más rápido y eficiente”.

- Ken Benner responsable global del mercado de la industria de comunicaciones, Pegasystems

Seamos realistas: lograr un servicio sin complicaciones no es sencillo. Con un número cada vez mayor de canales y expectativas de cambios vertiginosos, el servicio generalmente implica complejidad. Una nueva generación de tecnología de atención al cliente puede ayudar a su equipo a reducir esta complejidad para sus clientes, agentes y administradores de todos los puntos de contacto de servicio.

Si está buscando formas de simplificar las experiencias de servicio, comience con estos seis pasos.




CONSEJO 1

Adopte una estrategia sin canales

Para simplificar el servicio y lograr una visión omnicanal, se debe comenzar adoptando un enfoque nuevo. Muchas empresas suelen caer en la trampa de enfocarse en cada canal individual en el que prestan asistencia, como decidir invertir en una nueva aplicación móvil o un nuevo chatbot independiente. A partir de aquí, desarrollan la lógica y la toma de decisiones en cada aplicación o bot y, a continuación, desarrollan el “hard-coding” de dicho elemento en el canal. Cada vez que se incorpora un canal nuevo, o necesita hacer un cambio, debe terminar abordando el código en cada canal por separado. A la larga, esto genera más complejidad en toda la empresa.

Aquí es donde entra en juego la estrategia sin canal. A diferencia de los enfoques de tipo “el canal primero”, un enfoque sin canales permite a su empresa **diseñar del centro hacia afuera**, enfocándose en el recorrido del cliente de manera centralizada, en lugar de hacerlo en cada canal individual. Al enfocarse en torno a los resultados de los clientes, puede desarrollar la lógica una sola vez y luego activarla en cada canal en el que presta asistencia para crear una experiencia consistente en cada interacción. Esto significa que, independientemente del canal que usen los usuarios, recibirán el mismo servicio de calidad.



Un enfoque sin canales permite a su empresa **diseñar del centro hacia afuera**, enfocándose en el recorrido del cliente de manera centralizada, en lugar de hacerlo en cada canal individual.

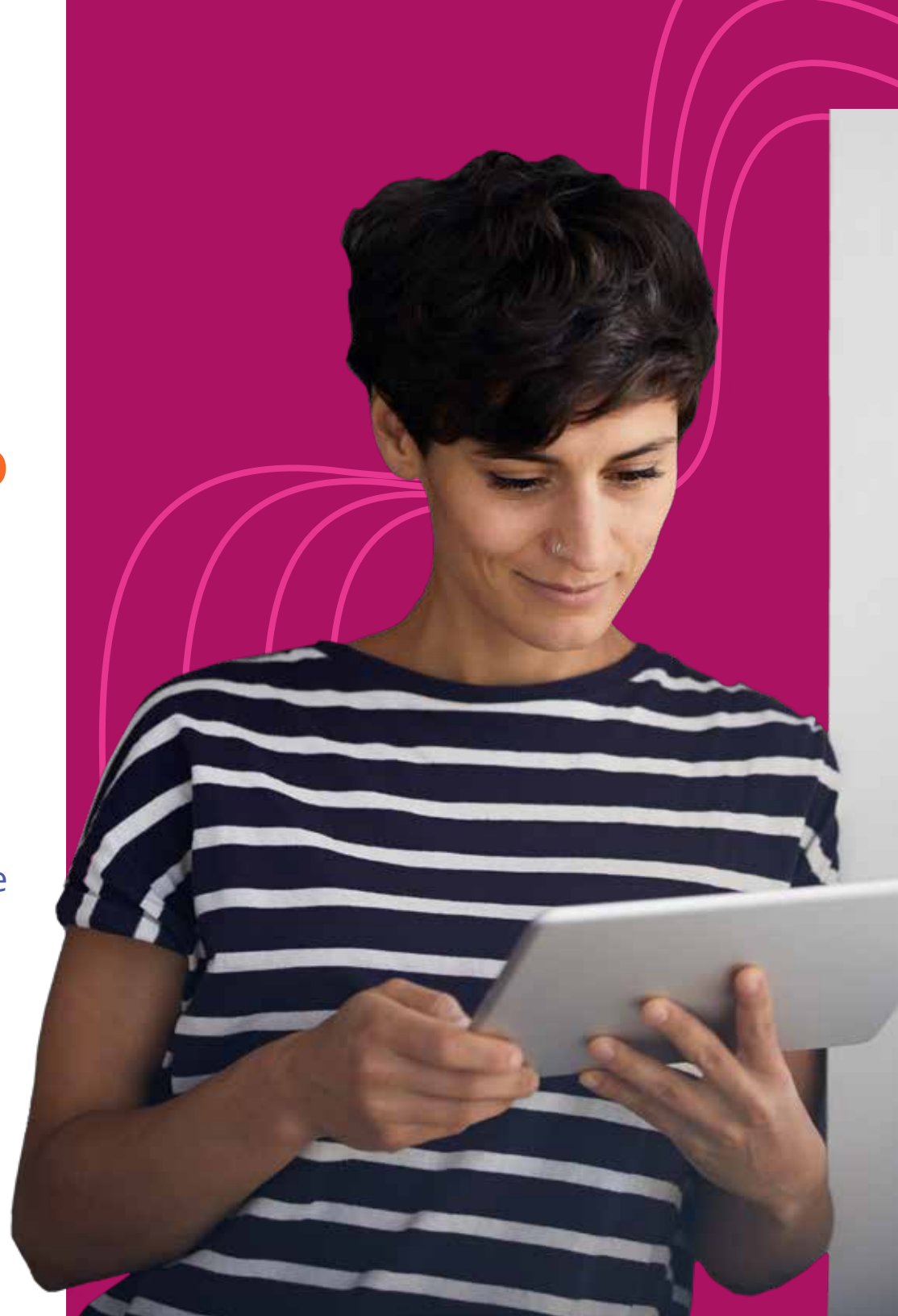
CONSEJO 2

Deje de automatizar el flujo de trabajo y comience a automatizar el trabajo

¿Las tareas repetitivas y laboriosas ralentizan a su equipo? La automatización inteligente es una buena manera de reducir la complejidad e impulsar una mayor eficiencia en sus operaciones de atención al cliente.

La gestión de casos multidimensional puede ayudarle a organizar el trabajo desde el momento que se inicia una consulta hasta su resolución. Esto se realiza definiendo cada paso y etapa del recorrido del cliente relevante y trasladando el contexto completo de la necesidad del cliente durante todo el proceso.

En combinación con la automatización robótica de procesos asistida y sin supervisión, puede implementar bots para que realicen parte del trabajo necesario, aunque tedioso. Sus agentes pueden empezar a olvidarse de los días en los que el trabajo pasaba de un departamento a otro, y sus clientes pueden conseguir una resolución más rápida de sus problemas.



CONSEJO 3

Contextualice el autoservicio para una mayor contención

Las crecientes demandas y los aumentos repentinos de los volúmenes de contacto pueden generar una gran carga en su equipo de atención al cliente. Para contener y desviar más consultas, resolver los problemas más rápidamente y reducir los costes generales, puede implementar el autoservicio contextual, lo que garantiza experiencias de servicio más sencillas para clientes y agentes.

Las estrategias tradicionales de autoservicio generalmente dependen de enfoques de tipo "primero el producto", que muchas veces no pueden contener ni ofrecer una resolución en el momento de necesidad. Por otra parte, el autoservicio contextual optimiza todos sus canales para enfocarse en cada recorrido del cliente individual. Al adoptar este enfoque, puede atender a sus clientes sin importar dónde se encuentren, con el mismo nivel de servicio. Así, ya sea a través de una aplicación móvil, agente virtual inteligente, sistema de respuesta de voz interactiva (IVR) o portal web personalizado, sus clientes pueden iniciar, acceder e incluso resolver casos **sin un agente en directo**. Además, con la ayuda de la inteligencia artificial (IA), los canales de autoservicio pueden utilizar los datos históricos y en tiempo real, además de los eventos recientes, para comprender mejor por qué un cliente podría estar buscando servicio en primer lugar. Esto reduce las colas de sus agentes y puede liberarlos para que dediquen su tiempo y energía a las consultas para las que solo un agente puede brindar asistencia.



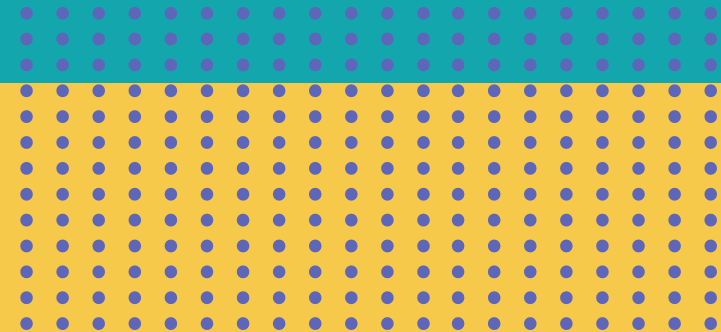
CONSEJO 4

Detenga el ciclo interminable de "ALT+TAB"

Una de las frustraciones más grandes para los agentes de servicio es tener que alternar entre varias pantallas y aplicaciones para poder acceder a la información correcta. Al unificar sus aplicaciones de atención al cliente en un solo escritorio de agente, los agentes pueden acceder a la información que necesitan para proporcionar un atención al cliente de alta calidad. Gracias a una vista consolidada que extrae información desde los sistemas heredados, canales, datos de interacciones e incluso historial de contactos, sus agentes pueden comprender rápidamente el contexto completo de cada cliente y conocer en profundidad la interacción actual.

Mejor aún, si ofrece servicios en varios canales digitales, un escritorio optimizado puede ayudar a los agentes a administrar de forma simultánea varias conversaciones, todo desde un solo panel. Ahora un agente puede estar respondiendo una consulta en Facebook Messenger, cambiar sin problemas a responder a un tuit y luego resolver rápidamente una queja por SMS; todo sin la necesidad de cambiar entre aplicaciones.

Al unificar sus aplicaciones de atención al cliente en un solo escritorio de agente, los agentes pueden acceder a la información que necesitan para **proporcionar un atención al cliente de alta calidad.**



CONSEJO 5

Realice la transición de un sistema de información a un sistema de conocimiento

No puede resolver la complejidad del servicio con otro sistema de información, uno en el que sus agentes estén obligados a buscar en un fichero virtual de datos para encontrar la información que necesitan para atender a los clientes. Requiere demasiado tiempo, y existe la posibilidad de que se pierdan elementos esenciales de la información. Un sistema de conocimiento especial puede ayudar a simplificar las experiencias y **eliminar los potenciales puntos ciegos**.

La inteligencia artificial (IA), la toma de decisiones y la gestión de casos permiten a los agentes acceder a recomendaciones en tiempo real y conocimientos relevantes en los momentos que importan. La inteligencia artificial (IA) puede determinar automáticamente la intención y conectar los puntos en las interacciones a fin de guiar a los representantes de servicio a que entablen las conversaciones correctas y conozcan mejor las necesidades específicas de cada cliente.



CONSEJO 6

Resuelva antes de que suene el teléfono



El futuro de la atención al cliente reside en anticipar las necesidades de los clientes, muchas veces incluso antes de que se den cuenta de que existe una necesidad. La implementación del servicio proactivo y preventivo elimina la carga de responsabilidad que tienen los clientes y reduce la propensión general a las llamadas. El servicio proactivo y preventivo utiliza la inteligencia artificial (IA), la detección de patrones y los disparadores de eventos para detectar momentos de necesidad a medida que surjan o incluso antes.

Por ejemplo, antes de que un cliente pueda darse cuenta de que tiene poco saldo en su cuenta bancaria, el servicio proactivo permite a su organización informar al cliente sobre el asunto e incluso hacerle una oferta, como la protección de descubierto. Esto crea una impresión positiva a sus clientes y les transmite la sensación de que usted está pendiente de ellos. Además, gracias a la implementación de la automatización y las técnicas de contención efectivas, el servicio proactivo y preventivo podría solucionar el problema sin intervención humana.

Es probable que esté buscando formas de simplificar el servicio desde hace años, pero haya considerado que el enfoque apropiado está fuera de su alcance. Ahora, con una nueva generación de tecnología de atención al cliente potenciada por la inteligencia artificial (IA), la automatización y una arquitectura Center-out™, puede lograr que las experiencias de servicio sean más sencillas para sus clientes, agentes y equipos de TI. Estos seis pasos representan algunas de las formas clave en las que puede eliminar la complejidad, desde la implementación hasta la prestación de un servicio excepcional.

¿Está listo para simplificar su servicio? Pega está aquí para ayudarlo. Conozca más en pega.com/es.



Acerca de Pegasystems

Pega desarrolla software innovador que elimina la complejidad del negocio. Desde maximizar el valor del tiempo de vida del cliente hasta optimizar el servicio, pasando por un aumento de la eficacia, ayudamos a marcas líderes de todo el mundo a solucionar problemas con rapidez y transformarse para el futuro. Pega ayuda a sus clientes a tomar mejores decisiones y desarrollar su trabajo con IA en tiempo real y automatización inteligente. Desde 1983, hemos construido nuestra arquitectura escalable y nuestra plataforma low-code liderar la transformación. Nuestras soluciones permiten a nuestros clientes ahorrar tiempo, para que sus empleados y sus propios clientes puedan dedicarse a las tareas más importantes.