



"DALE UNA EXPERIENCIA MÁS HUMANA A TU CONTACT CENTER"

Descubra lo que los clientes de hoy realmente esperan de su negocio y por qué brindar una experiencia más humana es tan esencial para la lealtad del cliente. Aprenderá cómo la tecnología adecuada del centro de contacto en la nube puede ayudarlo a brindar más experiencias humanas en todos los aspectos del proceso de servicio al cliente.





Los clientes esperan que las empresas brinden experiencias excepcionales sin importar lo que esté sucediendo tras escena. De hecho, los clientes a menudo necesitan mejores experiencias cuando tratan con interrupción o incertidumbre.



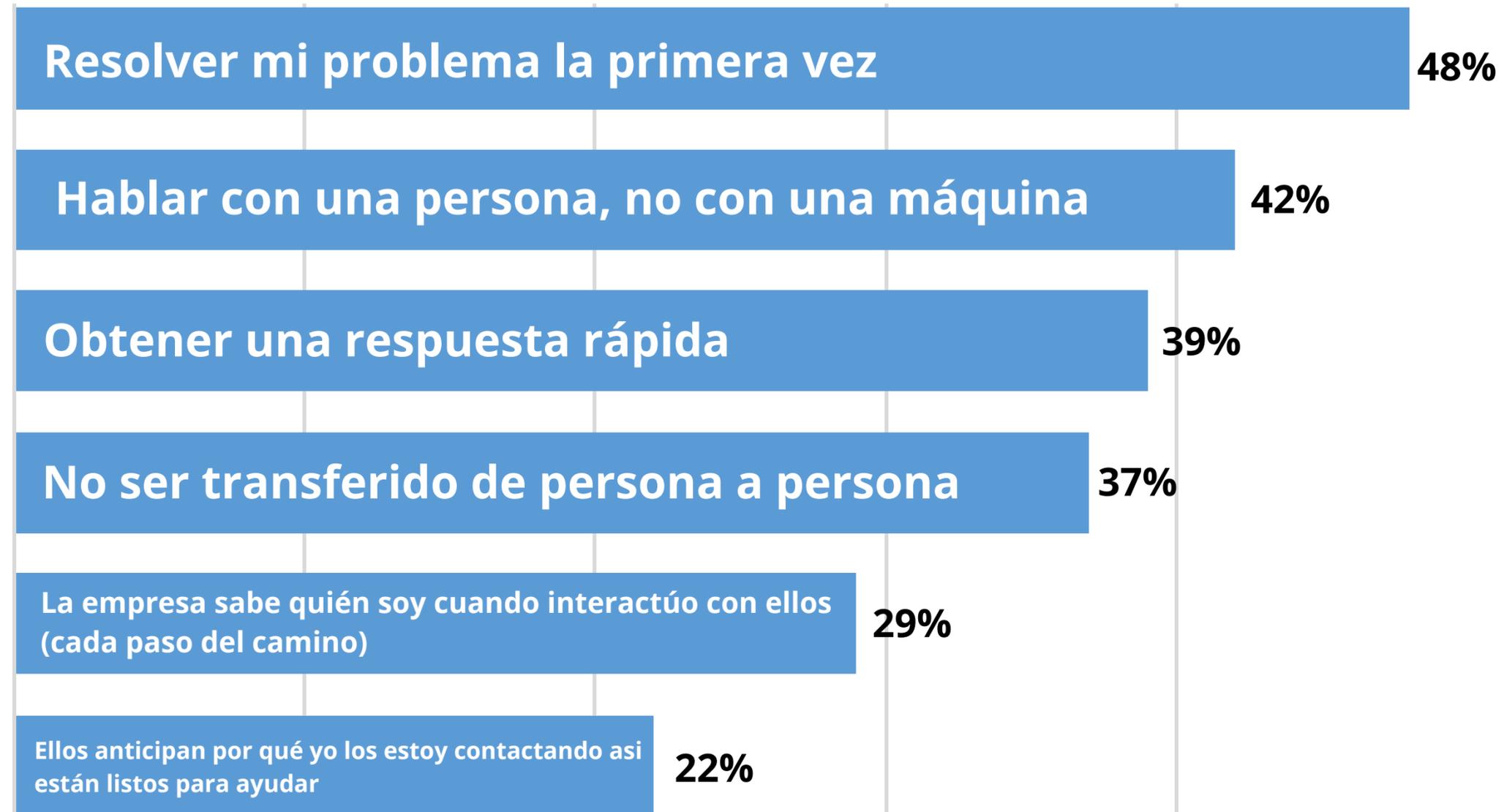
Las grandes experiencias del cliente (CX) consisten en interacciones sencillas y fluidas con resoluciones rápidas y precisas. Están respaldadas por un centro de contacto inteligente y plataformas inteligentes que faciliten interacciones omnicanal, que están mejoradas con inteligencia artificial y son integrados con aplicaciones clave como la gestión de relaciones con los clientes (CRM) y comunicaciones unificadas (UC).



En Five9, creemos que mejores experiencias son también experiencias más humanas. Del tipo en el que su software permite a su gente estar más conectada, ser más empáticos y estar más disponibles para enfocarse y relacionarse con sus clientes durante cada interacción.

Lo que los clientes (realmente) quieren

La forma en que las marcas avancen se basará en lo que aprendieron a través de la experiencia del cliente. Marcas que entienden cómo acercarse a sus clientes, podrán responder ágilmente a las necesidades de ellos. Pero acercarse no se trata solo de tener la tecnología para hacerlo. Se trata de diseñar tú centro de contacto para ser intencionalmente más humano en cómo escuchas, participas, respondes y de manera proactiva conocer a los clientes cada vez que conectan contigo.



El gráfico anterior nos muestra en porcentajes lo que los clientes más valoran según estudios.

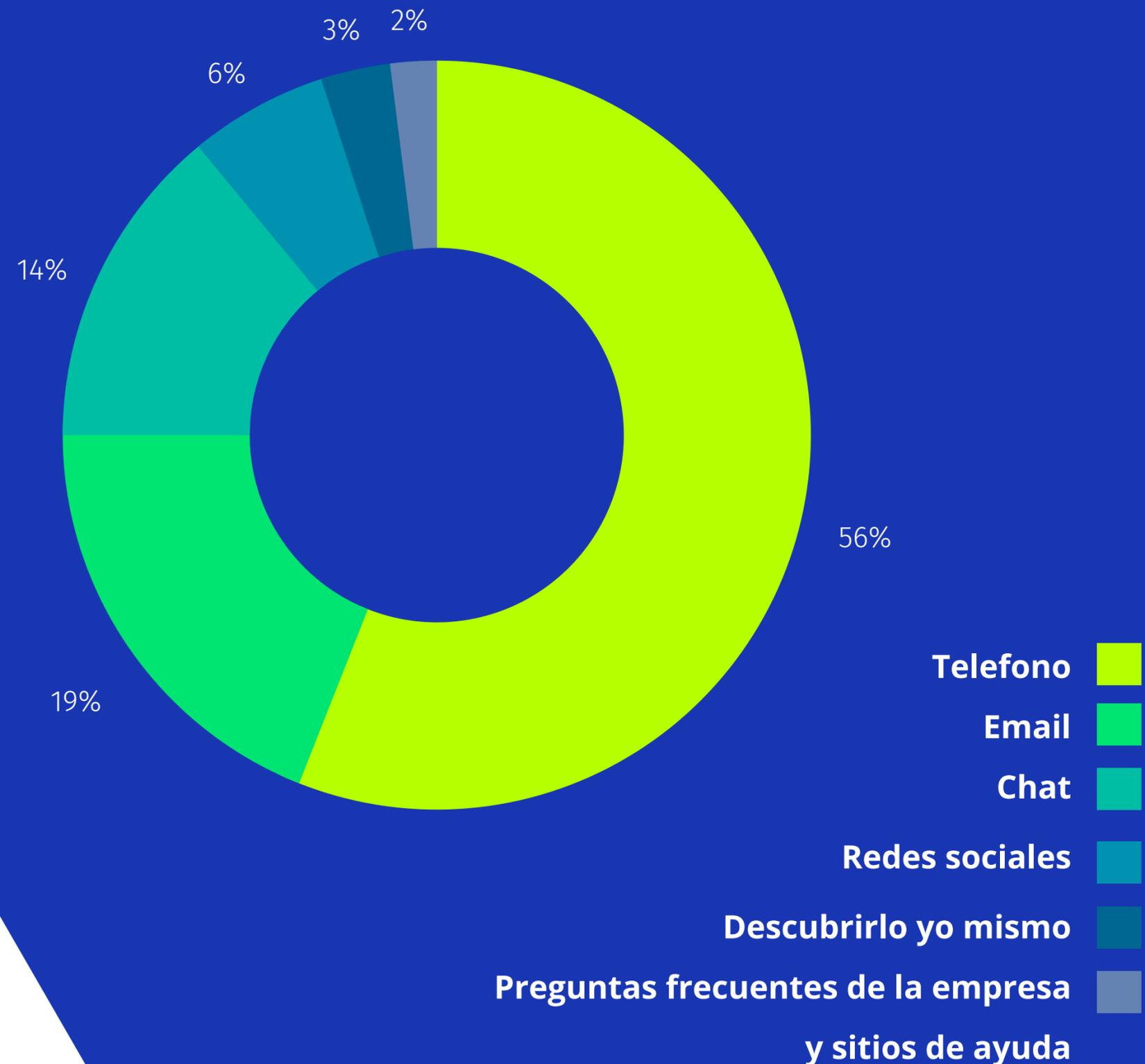
Respetar mi tiempo

Los clientes quieren resoluciones rápidas con un mínimo esfuerzo requerido. De hecho, el 59% de los clientes mencionan que es improbable que continúen haciendo negocios con una empresa que requiere mucho esfuerzo para resolver un problema, mientras que el 38% dice que sin un buen servicio al cliente, una marca no obtendrá su negocio.

Déjame participar en mis términos

Los clientes también esperan que las empresas puedan ayudarlos a través de múltiples canales, pero aun así prefieren usar el teléfono cuando necesitan servicio al cliente.

Lo que está claro es que las expectativas del cliente para experiencias excepcionales son tan altas como siempre, y las marcas que son capaces de diferenciarse en el stand de servicio para mejorar la retención de clientes son las que pueden garantizar la lealtad y los ingresos por parte de sus clientes.



La lucha por la entrega es real

Ofrecer una excelente CX es desafiante y posible. Hay muchas partes móviles y usted debe enfocarse en cada parte para que se mueva suavemente en sincronía para crear un experiencia fluida y edificante para los clientes. Eso necesita verse y sentirse sin esfuerzo para el cliente. Involucra a las personas, procesos y tecnología.

Esto es lo que lo hace más difícil de lo que debería ser:

- Incapacidad para ser ágil debido a los sistemas heredados así como la infraestructura obsoleta en las instalaciones.
- Sistemas aislados que no comparten datos fácilmente y evitan que las ventas, el servicio y el marketing estén conectados.
- No tener todos los datos de los clientes disponibles para agentes cuando llama un cliente.

- Incapacidad para escalar fácilmente y administrar los picos de volumen y valles de comunicaciones de clientes.
- Falta de herramientas modernas para empoderar a los agentes para ofrecer una experiencia perfecta.
- Contratación para llenar puestos, en lugar de la capacidad de un agente para servir al cliente.
- Dificultad para pronosticar con precisión las necesidades de personal de contact center.

La lista de problemas que impiden un gran cliente la experiencia es virtualmente interminable; la lista para conseguir experiencia del cliente correcta y mejorarla para que se sienta más humano (incluso mientras su centro de contacto está respaldado por una cantidad cada vez mayor de IA, bots, y agentes virtuales) es relativamente corto. De hecho, vamos a ver dos aspectos clave que, cuando se priorizan, pueden mejorar rápidamente su capacidad del centro de contacto para ofrecer un trato más humano y experiencia del cliente que genera lealtad con sus clientes.



Por qué CX es realmente HX (experiencia humana)

La experiencia del cliente se trata de cómo haces sentir al cliente a lo largo de todo su viaje con tu marca. CX ha sido promocionado en voz alta durante años. Si volvemos a las raíces de atención al cliente, el propio nombre define su clave de atributos: servir al cliente.

Gran CX es realmente gran HX: experiencia humana.

Las personas responden a cómo las marcas las hacen sentir.

Cuanto más positiva sea la experiencia, haciéndolos sentir amados, admirados y respetados, es cuando más valorarán la marca, gastarán dinero en la marca y le contarán a sus amigos acerca de la marca.

Pero, ¿cómo impulsas esta experiencia más humana?

Hay dos componentes fundamentales...





Sensibilidad

La capacidad de respuesta es una cualidad humana. Cuanto más receptivo sea su centro de contacto, para los clientes, será mejor posicionado, recuerda que está para asegurar el negocio, continuidad, superar crisis y mejorar la fidelización.

Desarrollar la capacidad de respuesta requiere más que un compromiso de estar presente; se necesita estar en el nube con tecnología y procesos implementados que le permiten estar en funcionamiento incluso cuando el mundo se está cayendo.

Debe contar con opciones omnicanal, dotación de personal escalable, configuraciones sencillas para trabajar desde casa, enrutamiento inteligente, datos que sirven sin esfuerzo, hasta agentes, y capacidades asistidas por inteligencia artificial que empoderan a los agentes humanos para que se concentren en resolver problemas la primera vez son todas las formas de desarrollar sensibilidad.



Empatía

La empatía es la capacidad de comprender y compartir los sentimientos de otra persona. Se trata de no ser genérico, olvidable o brindar interacciones negativas, es convertir esas interacciones en positivas, memorables y fidelizadoras.

Se trata de escuchar y entender a los clientes, haciendo una conexión que va más allá de simplemente responder preguntas o resolver problemas, es comunicarse con compasión, y hacer que la interacción sea tan fácil y conveniente que los clientes sientan al instante algo positivo sobre su marca. Esto es lo que nos hace humanos.

Para crear más empatía, necesita contratar personas que son empáticos por naturaleza, pero puede también entrenarlos para comunicarse con empatía e intencionalmente.

Valorar la empatía en el servicio de atención al cliente tiene que ser un factor vital en cada decisión, incluida su tecnología.

¿Cómo ofrecer una experiencia más humana?

Conóceme

Los clientes esperan que usted los conozca a ellos y a sus historias cuando se comunican con usted. Reconocer a tus clientes y sus interacciones previas hace que se sientan conocidos y valorados.

Su centro de contacto debe incluir Integraciones CRM y pantallas emergentes para habilitar esto. Esto permitirá a los agentes pasar más tiempo escuchando y siendo empáticos en lugar de poner al cliente en espera mientras recopilan información.

Recuérdame

Los clientes esperan que sus canales estén conectados y que los deje realizar interacciones a través de diferentes canales, sin tener la experiencia interrumpida o tener que repetir la información cada vez.

Su centro de contacto debe conectarse fácilmente a través de todo el viaje de experiencia omnicanal y habilitar un cambio suave de un canal a otro.

Encuéntrame

Ya sea a través de la voz, correo electrónico, SMS/texto, chat, video o mensajería social o apps, los clientes quieren que los encuentres.

Los centros de contacto que se vuelven omnicanal verán resultados significativos.

Si bien el teléfono continúa prevaleciendo, los clientes claramente quieren opciones para poder elegir la mejor manera de que se conecten.

Respétame

Los clientes quieren sentir que usted respeta sus tiempos. La mejor manera de hacer esto es ahorrarles tiempo. Esto significa no mantener a los clientes en espera y resolver sus problemas la primera vez. Resolver problemas la primera vez es posible con enrutamiento omnicanal inteligente que se direccionen las llamadas a los agentes adecuados en el momento adecuado.

Empodérame

Su centro de contacto debe habilitar la omnicanalidad así como ofrecer opciones de autoservicio a través de IVR's y centros de conocimiento. Muchos clientes prefieren encontrar respuestas por sí mismos sin tener que hablar con un agente. Cuando satisfaces esta necesidad, ofreces una experiencia más humana respetando sus tiempos y preferencias como individuos. No importa qué canal elija un cliente, deberían encontrarlo allí con los brazos abiertos.

Asegúrame

Los clientes necesitan seguridad de que usted estará allí cuando lo necesitan. Ellos también quieren saber que está proporcionando un servicio seguro y fiable, con privacidad de datos y ciberseguridad, firmemente en su lugar, así como lo que está haciendo para mantenerlos a salvo.

Diseñe experiencias seguras y más humanas ahora más que nunca.



Dale una experiencia más humana a tu contact center con Five9

Contáctanos:

info@agrega.com

www.agrega.com

HN +504 2269-0133

NI +505 22774416 +505 57897150

SV +503 21130381

CR +506 4002 3700

