

Elaborado por



ICR
EVOLUTION

Cómo integrar las herramientas digitales en tu Contact Center



La revolución tecnológica ha hecho un paso de gigante. Con el confinamiento, a causa del Covid-19, muchas empresas se han dado cuenta de la importancia de llegar a su cliente de una manera rápida, directa y sencilla, a través de plataformas digitales como Whatsapp, Messenger de Facebook, Twitter y Telegram, entre otras. **Esto les ha permitido vender u ofrecer servicios más allá de su zona o barrio.**

1. ¿Qué es la digitalización?

Para entender la necesidad de integrar herramientas digitales tenemos que hablar primero de la digitalización. **La digitalización es la manera en que una empresa se reestructura y pone al alcance los medios necesarios para establecer una comunicación digital con los clientes o usuarios.** Se utiliza la tecnología para interactuar con ellos con el fin de cubrir unas necesidades concretas. De modo que se habilitan, mejoran o incluso transforman las operaciones o procesos comunicativos.

La digitalización es un proceso que debe formar parte del plan de negocios de las empresas para seguir compitiendo en su mercado. Es de vital importancia integrar distintos canales y, actualmente con la pandemia, se ha corroborado que lamentablemente algunas empresas no estaban preparadas para asumir un estado de alarma. Ha habido un cambio de mentalidad, **a los usuarios les gusta poder comprar en el momento deseado.** De modo que las empresas se han percatado de la necesidad de ofrecer productos o servicios las 24 horas del día y los 365 días del año. Debes conseguir que su experiencia sea





óptima, no sólo a la hora de buscar y seleccionar un producto sino también en la atención durante la venta (o postventa).

Las herramientas digitales permiten una comunicación directa e instantánea con el cliente, algo que además se valora mucho, ya que los usuarios se han vuelto más tecnológicos que nunca. Si no saben cómo funciona alguna tecnología ponen interés para que no sea una barrera. Es cierto que las barreras nos las ponemos las personas. Incluso personas de 80 años han conseguido aprender a hacer una videollamada, algo extraordinario pero que la situación de confinamiento ha requerido que sea la única manera de comunicarse con sus seres queridos.

Se valora mucho la propia experiencia. Y la digitalización ha permitido experimentar distintas situaciones. Los clientes quieren inmediatez, interfaces intuitivas, que la empresa con la que contacten esté siempre disponible, que le trate de una manera personalizada y, a ser posible, ofrezca precios competitivos.

La digitalización puede reducir mucho los costes de las empresas y permite mejorar los tiempos de respuesta. Además, el nivel de satisfacción y eficiencia en los trabajadores mejora notablemente al incorporar este tipo de herramientas digitales.

02 ¿Por qué debes acelerar el proceso de integración?

La digitalización necesita un proceso de integración. Actualmente, con la pandemia del Covid-19, hay empresas que han agradecido que ya hacía un tiempo que se habían digitalizado, y otros, en cambio, lo han estado haciendo durante la nueva situación. **Lo que está claro es que las empresas que no se han digitalizado –por el motivo que sea– les habrá costado aún más tirar adelante.**





Mejora tus timings

Se debe invertir en un proceso de integración. Verás como la tecnología mejorará el rendimiento del equipo de atención del Contact Center. **Tu equipo puede atender a más usuarios en menos tiempo gracias a las herramientas digitales que ofrecen el potencial y la flexibilidad que necesitas para proporcionar la atención óptima, y personalizada.** Y todo ello con la intención de cumplir el principal objetivo: conseguir una gran satisfacción por parte del usuario o cliente.

Las herramientas digitales pueden ayudar hasta el punto de automatizar el proceso, es decir, permitir que tus clientes puedan resolver dudas y posibles problemas sin tener que interactuar directamente con el agente. Por ejemplo, los chatbots son robots inteligentes preparados para resolver preguntas de los usuarios de una manera simple y un tiempo breve, la suma de muchos mensajes automatizados significa un gran ahorro de tiempo.





Beneficios de utilizar un Contact Center con integración de herramientas

Se debe invertir en un proceso de integración. Verás como la tecnología mejorará el rendimiento del equipo de atención del Contact Center. **Tu equipo puede atender a más usuarios en menos tiempo gracias a las herramientas digitales que ofrecen el potencial y la flexibilidad que necesitas para proporcionar la atención óptima, y personalizada.** Y todo ello con la intención de cumplir el principal objetivo: conseguir una gran satisfacción por parte del usuario o cliente.

Las herramientas digitales pueden ayudar hasta el punto de automatizar el proceso, es decir, permitir que tus clientes puedan resolver dudas y posibles problemas sin tener que interactuar directamente con el agente. Por ejemplo, los chatbots son robots inteligentes preparados para resolver preguntas de los usuarios de una manera simple y un tiempo breve, la suma de muchos mensajes automatizados significa un gran ahorro de tiempo.

03 ¿Cuáles son las herramientas digitales más actuales?

La adaptación a la era digital ha llevado a muchos clientes a optimizar la gestión de sus carteras de clientes en sus Contact Centers como una herramienta estratégica de marketing. Es indudable que se ha producido una revolución en las comunicaciones gracias a estas herramientas digitales.

¿Cuál es la herramienta digital más apropiada para nuestro negocio?

En tu negocio es mejor invertir en una aplicación de mensajería instantánea. Entre ellas destacan:





WhatsApp Business

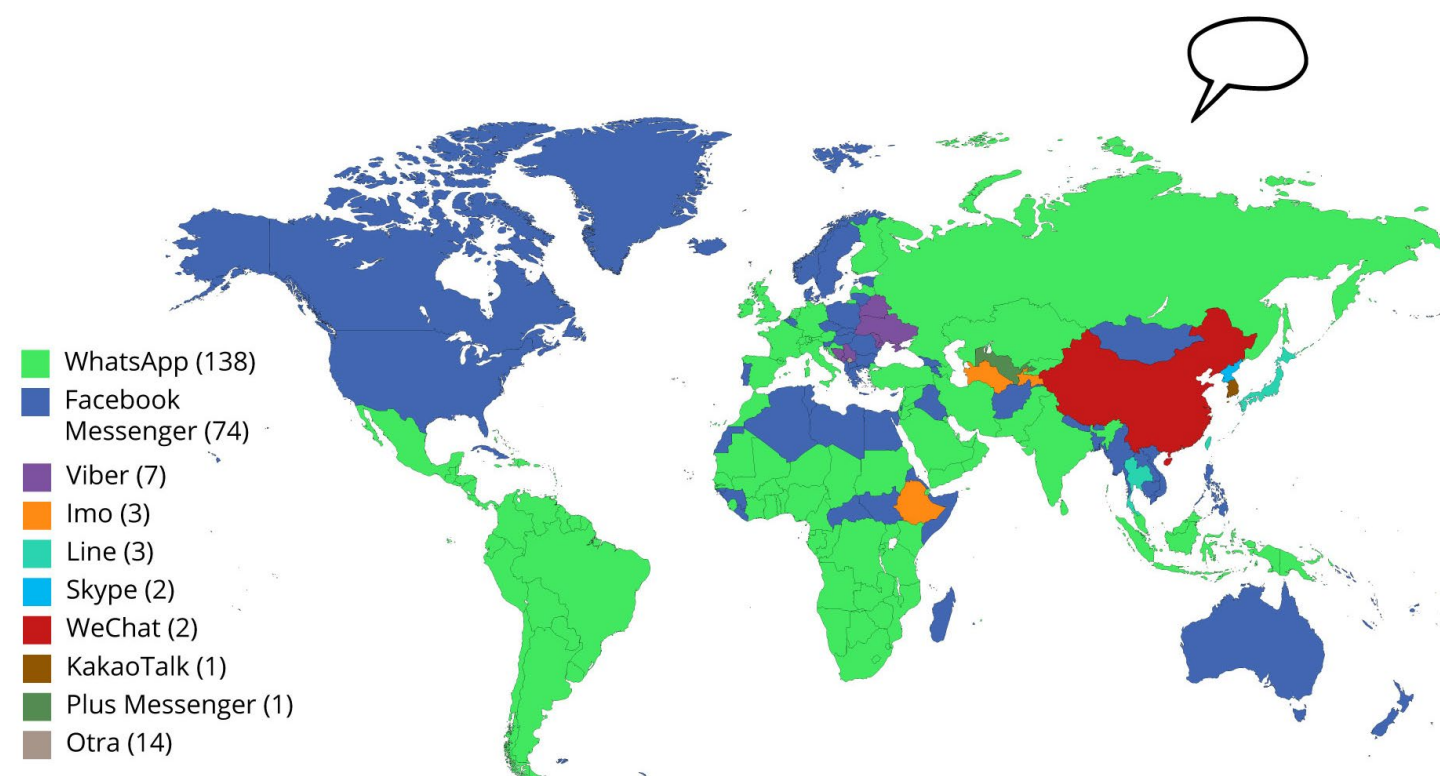
Es el WhatsApp dirigido a empresas. Permite una atención ágil y personalizada a un cliente que se puede encontrar en cualquier parte del mundo. Con esta herramienta se puede:

- **Realizar varias funciones.** Permite programar respuestas automáticas, crear un perfil de empresa, etiquetar conversaciones para tener un mayor control sobre la gestión, acceder a estadísticas, etc.
- **Incrementar tu base de datos.** Puedes crear un formulario sencillo y amable, explicando de una manera clara y concisa cuándo y por qué solicitas su autorización para dar su número de teléfono móvil o datos personales.
- **Atender mejor,** gracias al control de la recepción de pedidos, la gestión de reservas, avisos de incidencias, resolver dudas, enviar ofertas y facturas, enviar actualizaciones de seguimiento, documentos, imágenes, audios y videos. Incluso, si el cliente lo prefiere, establecer una llamada gratuita. También se pueden enviar formularios para conocer su opinión respecto el servicio o producto, o la atención recibida. Debemos procurar que el cliente esté contento con la atención. No olvidemos que una buena experiencia del cliente con el agente decidirá si la estrategia del Contact Center está bien enfocada.
- **Captar clientes.** A través de una conversación se puede llegar a comprar un producto. Son muchas las empresas que utilizan WhatsApp, sobre todo desde el Covid-19.
- **Incrementar su fidelidad.** Difundir promociones sólo a los clientes más leales o compartir información sobre novedades o descuentos.

La aplicación de mensajería más activa es WhatsApp

En octubre de 2019 se conoció un dato importante, y es que **WhatsApp alcanzó el 93% de usuarios en España**. No cabe duda que después del confinamiento habrá estudios que demuestren un incremento, ya que fue una herramienta muy útil para la realización de videollamadas entre familiares y amigos.

En este gráfico podemos observar que WhatsApp es la app más activa en 138 países, y le sigue Facebook Messenger (74 países). Son los líderes con diferencia.



Nota: ranking basado en las aplicaciones de mensajerías con las cifras más altas de usuarios promedio durante diciembre de 2019.

Fuente: We Are Social / Hootsuite

europapress.es



Messenger de Facebook

El Messenger de Facebook es una herramienta con mucho potencial también.

- **Da confianza.** Muchas personas tienen Facebook, y es su Red Social favorita, así que aprovechan esta plataforma para contactar con las empresas. Cuando un cliente contacta a través de esta vía se muestra seguro respecto a la marca.
- **Genera fidelidad.** Es una herramienta que inspira confianza, ya que los clientes son conscientes que la empresa cuida sus propias Redes Sociales.
- **Capta clientes.** A través de una conversación se puede llegar a comprar un producto.



Twitter

Twitter es otro canal muy utilizado, hay millones de tuiteros, y algunos muy activos. Es una buena vía para:

- **Interactuar y dar soporte a tus clientes.** Escucha y entiende las preocupaciones de tus clientes y atiéndelas de la mejor manera posible. No es una Red que busque promocionar productos o servicios de manera directa, pero al ser una Red Social que muestra seriedad, es un buen punto de contacto para quienes buscan resolver algún problema o tienen alguna duda.



Telegram

Telegram es una app de mensajería similar a WhatsApp, pero con funcionalidades adicionales. Ofrece:

- **Sistema de cifrado de datos invulnerable**, hecho que da más confianza a algunos usuarios y lo utilizan como medio de contacto.
- **No es necesario facilitar datos personales ni número de teléfono**, una buena opción para los usuarios que no les gusta facilitar este tipo de información.
- **Los chats secretos o los mensajes que se autodestruyen** también pueden ser un punto favorable para los clientes o usuarios preocupados por la privacidad.
- **Es una red disponible desde cualquier tipo de sistema**, ya sea Android o iOS, y para cualquier dispositivo como smartphone, tablet, e incluso pc.
- **Ofrece muchas posibilidades**, desde comunicación unidireccional hasta campañas de marketing, publicidad y segmentación.



Chat

El chat es otra forma de comunicación personal y muy directa. Si un cliente accede a una web, y se encuentra la opción de chatear es bastante cómodo y rápido. Además, no tiene que facilitar ni e-mail ni teléfono para hablar con un asistente. Ofrece ventajas como:

- **Explicación de temas complejos.** Mediante el chat con un asistente se pueden tratar temas más complicados y de forma instantánea.
- **Permite intercambiar archivos** como capturas de pantalla o imágenes de un producto.
- **Gran eficiencia**, ya que el asistente puede usar varios chats a la vez.
- **Iniciativa propia por parte de la atención al cliente.** A menudo entramos en alguna web que nos dice “¿En qué podemos ayudarte?”. De modo que muestra una atención personalizada, como cuando entras en una tienda física.



Éstas son las principales herramientas digitales actuales, siempre en continua evolución, como el software ICR Evolution que se adapta a sus características para que te ahorre tiempo y dinero. Debes tener en cuenta la importancia de la actualización del software y que esté al día de las últimas novedades de los medios digitales.



**Mejore la experiencia de sus clientes y el
rendimiento de sus agentes** con ICR Evolution

Descubra más en
www.icr-evolution.com