

Gestiona los gastos, facilita el crecimiento e impulsa la retención durante una recesión

Una guía para que los
directivos de CX adapten
la atención al cliente ante
la incertidumbre.



Índice

06

Desafío 1

Reducción de los costes operativos



08

Desafío 2

Ralentización del aumento del gasto



LUSH

10

Desafío 3

Aumento de los ingresos



12

Desafío 4

Convertir a los agentes en representantes de ventas internas



14

Desafío 5

Conservar los clientes



Introducción

“

No hay nada
permanente,
excepto el cambio.

Heráclito,
filósofo griego

Cualquier empresa de cualquier sector en el mundo entero seguramente se siente identificada con esta observación de la antigüedad. El cambio es hoy en día una fuerza motriz mucho más potente que nunca.

Ninguna empresa es ajena a los cambios en el mercado, ya sea la amenaza de una recesión, una inflación disparada, las interrupciones en la cadena de suministro o la tensión geopolítica. Estos retos son capaces de alterar hasta los proyectos empresariales más herméticos; dirigir un negocio sigue siendo una ardua tarea.

Y sin embargo, seguimos haciéndolo. Con valentía, imaginación y capacidad de resistencia.

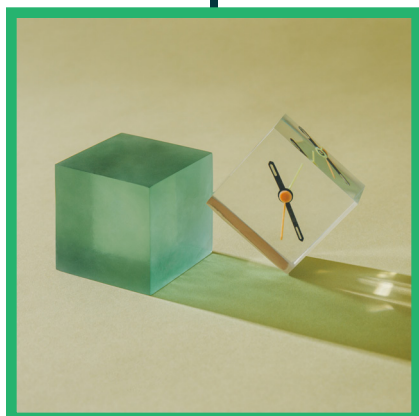
Las empresas de más éxito siguen teniendo los pies en el suelo y la suficiente agilidad para adaptarse a los cambios, humildad para probar cosas nuevas y valentía para perseverar. Las empresas dispuestas a adaptar sus prácticas empresariales y capaces de encontrar maneras nuevas de seguir adelante sobrevivirán. E incluso algunas de ellas prosperarán.

Una manera ágil de trabajar

- Cuando el crecimiento exponencial de [Unity Technologies](#) puso en peligro el funcionamiento del servicio de atención al cliente, la empresa optimizó el uso de su plataforma de soporte para ofrecer una opción de autoservicio viable. ¿Los resultados? Unity ahorró 1300 millones de dólares y obtuvo una puntuación de la CSAT del 93 %.
- Cuando [Spartan Race](#), la marca de carreras de obstáculos y resistencia más grande del mundo, tuvo que reducir su plantilla durante la pandemia, los agentes que quedaban no eran capaces de hacer frente al volumen de trabajo del soporte por chat en vivo. La empresa actualizó entonces su plataforma de soporte para ofrecer asistencia a través de otros canales. Entonces las visitas al centro de ayuda aumentaron en un 40 % y su puntuación de la CSAT experimentó un aumento considerable. Al mismo tiempo, Spartan Race integró su sistema de comercio electrónico con Shopify, lo que les permitió aumentar en un 27 % las ventas.
- Cuando [Dorm Room Movers](#) integró sus sistemas en Zendesk Suite y el espacio de trabajo unificado para los agentes, pudo prestar a sus clientes un servicio más ágil y personalizado gracias a una experiencia omnicanal fluida basada en un sistema de mensajería asíncrono y en tiempo real. La tasa de conversión de clientes potenciales aumentó entonces en un 79 %.

Una buena experiencia del cliente produce resultados significativos

Hoy en día, todas las miradas están puestas en la experiencia del cliente (CX) como una potente herramienta capaz de ayudar a las empresas a gestionar los gastos, crecer e impulsar la retención de clientes. Cuando los equipos de CX tienen un puesto en el equipo directivo, las empresas son más competitivas, independientemente de los cambios en el mercado local o internacional.



Según nuestro [informe tendencias de CX 2022](#), el 61 % de los encuestados se irían a la competencia después de solo una mala experiencia; en el 2021, esa cifra era del 22 %. ¿Y qué pasa si tienen dos experiencias malas? No volverás a verlos nunca.

Más del 60 % de los clientes afirmaron que sus exigencias en cuanto al servicio de atención al cliente aumentaron tras la crisis del año anterior provocada por la pandemia; sin embargo, el 54 % tenía la impresión de que las empresas siguen planteándose la atención al cliente como algo secundario. Ofrecer mejores experiencias del cliente repercute en el crecimiento.

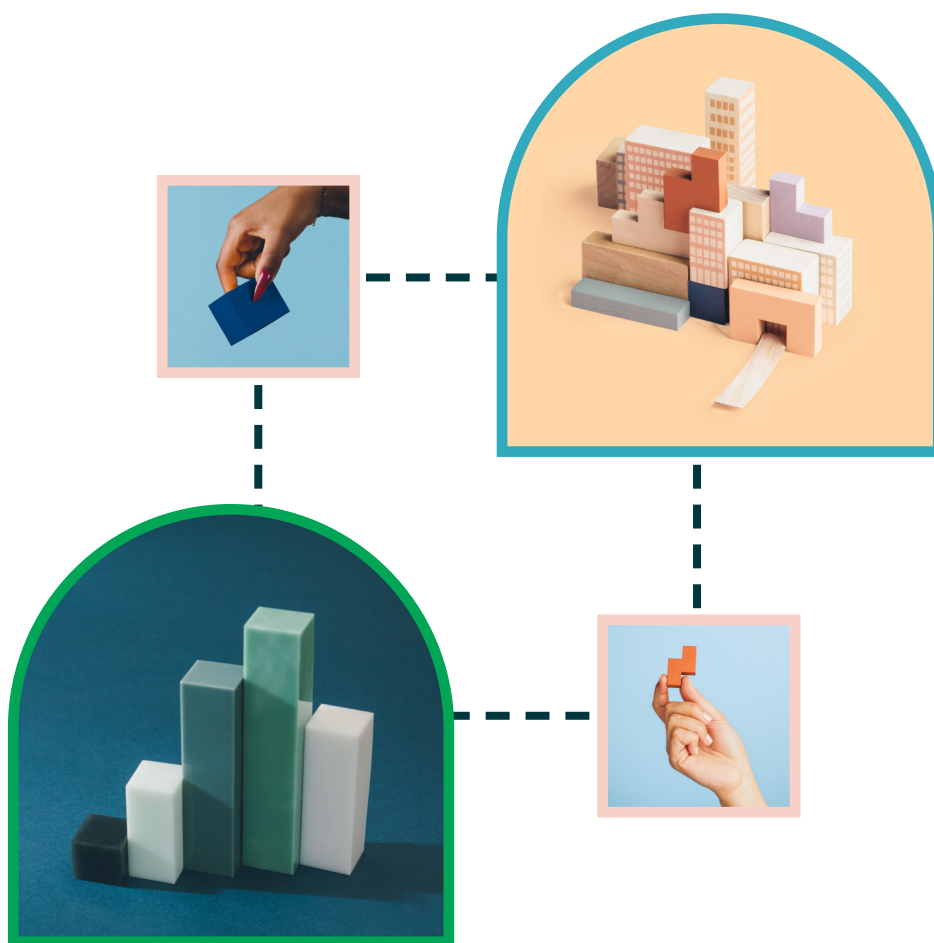
Estas fueron las conclusiones que extrajimos de las respuestas que dieron los encuestados:

- El 64 % de las empresas declaran que el servicio de atención al cliente tiene un impacto directo en el rendimiento de su negocio
- El 60 % afirmaron que el servicio de atención al cliente influye en la fidelización de los clientes
- El 49 % indicaron que el servicio de atención al cliente tiene un efecto positivo en los ingresos por ventas cruzadas.

Ofrecer una experiencia del cliente excepcional no es sencillo en un mercado incierto, incluso para las empresas con más capacidad de adaptación. Las empresas más innovadoras y con más éxito aprovechan el impulso del momento que están viviendo. Priorizan los gastos u optimizan la tecnología del servicio de atención al cliente para obtener más eficiencia operativa y ahorrar costes sin dejar de ofrecer a sus clientes unas experiencias extraordinarias.

En esta guía, explicaremos con detalle los cinco retos que la crisis económica (o incluso recesión) plantea a los equipos de CX, y algunas de las estrategias más importantes para capear el temporal.

Te enseñaremos cómo llevar un control de todos los recursos (empleados, presupuesto, plazos) sin sacrificar la calidad de la experiencia del cliente. También te mostraremos algunos casos de clientes de Zendesk que han conservado su capacidad de adaptación y se han mantenido imperturbables, y cómo tú puedes hacer lo mismo.



Reducción de los costes operativos

No es momento de quedarse de brazos cruzados. Las empresas líderes en CX deben actuar con valentía y creatividad para encontrar el equilibrio justo entre las expectativas de los clientes y la presión de moderar los presupuestos.

Una de las maneras más eficaces de reducir los costes operativos es hacer inversiones en automatización. La combinación de la inteligencia artificial (IA) y las soluciones automatizadas con un servicio de atención al cliente humano y personalizado permite proporcionar a los clientes lo que necesitan y en el momento justo en que lo necesitan. También puede ayudarte a mejorar la eficiencia a nivel interno y reducir los costes operativos reservando el talento humano para las tareas de más valor.

El software de atención al cliente adecuado también democratiza el flujo de información proporcionando a los agentes flujos de trabajo inteligentes y al albergar bibliotecas de conocimiento, foros de la comunidad y herramientas de colaboración los agentes pueden encontrar las respuestas fácilmente. Este tipo de soluciones permiten ofrecer respuestas más rápidas, personalizadas y satisfactorias a los clientes.

Acción

Invierte u optimiza la tecnología de atención al cliente para mejorar la productividad de los empleados y la eficiencia operativa.

Cómo puede ayudar Zendesk

- Reduce los costes operativos y elimina las tareas redundantes y de poco valor gracias a la creación de **flujos de trabajo que ahorran tiempo** a los agentes y **utiliza automatizaciones** para desviar las interacciones entrantes sin tener que invertir en más herramientas, formación o personal.
- Crea **bases de conocimientos sólidas y foros de la comunidad**, con **bots integrados en flujos de trabajo** para que los clientes puedan resolver sus problemas por sí solos, lo cual ahorra tiempo y dinero.
- Conecta a los agentes con los equipos internos mediante **herramientas colaborativas** (como Teams o Slack) para que les ayuden a resolver las consultas de los clientes con más rapidez.

TESTIMONIO DE CLIENTE



Veyo contrató a menos administradores y agentes, lo que le permitió ahorrar 450 000 dólares al año

[Veyo](#) ofrece un servicio de transporte médico no urgente a los pacientes de Medicaid y Medicare que necesitan acceder a servicios sanitarios esenciales y realiza unos 35 000 viajes al día. A medida que la empresa crecía, necesitaba un sistema centralizado de tickets y poder gestionar diferentes líneas de negocio, así como disponer de un flujo de trabajo digital que mejorara la eficiencia.

Con Zendesk, Veyo y sus clientes ahorran 2000 horas al año gracias a un acceso rápido y sencillo al contexto histórico de cada ticket. De esta manera, se reducen las pérdidas de tiempo, los recursos necesarios y las tareas duplicadas. Y lo que es mejor, la empresa puede ahorrarse 450 000 dólares al año en contratación de empleados mientras obtiene una puntuación de la satisfacción del cliente (CSAT) del 87 %



Unity Technologies ahorró 1,3 millones de dólares en costes operativos

[Unity](#) es la plataforma líder a nivel internacional de contenidos 3D interactivos y en tiempo real que utilizan creadores de los sectores de los videojuegos, la animación, la automoción y la arquitectura. Después de experimentar un crecimiento espectacular de 2019 a 2020, decidieron optimizar el uso que hacían de Zendesk para ampliar el servicio de atención al cliente sin tener que contratar más personal.

Al añadir las automatizaciones y las opciones de autoservicio de Zendesk, Unity pudo desviar el volumen de tickets, reducir el tiempo de gestión y crear flujos de trabajo que ahorraban tiempo a su equipo de soporte, así como disponer de preguntas frecuentes con las que alimentar al Answer Bot e impulsar las opciones de autoservicio. Cuando tras un aumento exponencial de los tickets de soporte, Unity se vio expuesta al fraude de usuarios no válidos, decidió invertir en otra solución automatizada: un formulario web antifraude publicitario proporcionado por Zendesk. Un solo agente puede gestionar con un solo clic el 95 % de esos tickets.

En 2021, Unity desvió cerca de 8000 tickets gracias a las opciones de autoservicio proporcionadas por Zendesk, algo que les permitió ahorrar 1,3 millones de dólares y obtener una puntuación de la CSAT del 93 %.

Ralentización del aumento del gasto

Los cambios en los mercados exigen apretarse el cinturón a muchas empresas. Sin embargo, el impulso de la CX no tiene por qué detenerse aunque la empresa haya congelado las contrataciones o reducido el presupuesto. Aquí tienes algunas sugerencias para sacar el máximo partido a tu plataforma de atención al cliente.

Investiga en profundidad las funciones y las posibilidades que ofrece la solución tecnológica en la que has invertido para optimizar las herramientas que ya tienes sin pasarte del presupuesto. ¿Puedes reducir la rotación de personal o tener que contratar más personal si adoptas un servicio conversacional omnicanal con respuestas personalizadas en canales, como el chat en vivo, las redes sociales y los SMS?

¿Has investigado las automatizaciones y las has añadido a tu centro de ayuda para mejorar las opciones de autoservicio y desviar los tickets que se repiten? Si ofreces a los clientes los recursos necesarios para resolver sus problemas con preguntas frecuentes bien organizadas, necesitarás menos agentes de cara al público.

Hay también muchas maneras de conectar tu pila tecnológica actual con tu plataforma de soporte para adaptarla todavía más a las características de tu negocio. Un poco de investigación sobre los recursos de TI puede proporcionarte muchas recompensas.

Acción

Saca todo el partido a tu plataforma de atención al cliente para reducir los gastos y la contratación de más empleados sin tener que sacrificar la calidad o la amplitud del servicio.

Cómo puede ayudar Zendesk

- Ofrece un **servicio conversacional omnicanal** a los clientes al tiempo que conservas el historial de las interacciones y demás contexto en un **espacio de trabajo para los agentes unificado** muy útil para dar **respuestas personalizadas** con más rapidez.
- Utiliza las automatizaciones, como los **chatbots**, las **páginas de autoservicio** y la capacidad de los agentes para resolver problemas similares en bloque y reducir el número total de contactos diarios.
- Implementa una **plataforma ampliable** que conecte tu pila tecnológica con las API, los webhooks y un framework de aplicaciones para que puedas ampliar la **capacidad de personalización** de Zendesk sin desperdiciar tus recursos.

TESTIMONIO DE CLIENTE



Virgin Pulse evitó un incremento de entre un 25 y un 30 % en los costes laborales anuales

Como el mayor proveedor de soluciones de bienestar a nivel internacional, [Virgin Pulse](#) presta servicio a más de 14 millones de miembros en 190 países. La empresa utiliza Zendesk para ofrecer una experiencia de soporte omnicanal a través del teléfono, el correo electrónico, el chat, el Answer Bot y los canales sociales, como Twitter y Facebook. Año tras año Virgin Pulse experimenta crece entre un 15 y un 20 %, y para gestionar este crecimiento, la empresa ha invertido tiempo y recursos en sacar el máximo partido a su sitio de soporte, que funciona con tecnología de Zendesk.

Un equipo de servicios electrónicos creó más de 2000 preguntas frecuentes, y se encarga de revisar y actualizar continuamente los artículos para que los miembros puedan resolver sus problemas por sí solos en la medida de lo posible. Antes de actualizar el sitio de soporte, la empresa registraba 90 000 visualizaciones de preguntas frecuentes todos los meses. Cuando el equipo creó una biblioteca de conocimientos bien organizada, ese número pasó a ser de 275 000 al mes, es decir, 2,5 veces más, una cifra espectacular.

Si Virgin Pulse no hubiera puesto en práctica una estrategia de autoservicio, habrían tenido que aumentar entre un 25 y un 30 % el presupuesto del servicio de soporte para hacer frente al aumento de los volúmenes de trabajo.

LUSH

Lush mejoró su productividad en un 50 % y ahorró más de 208 000 dólares en un año gracias a unos gastos más eficientes

[Lush](#) es un minorista de cosmética ética con sede en Reino Unido y más 1000 tiendas en 49 países. La continuidad del servicio de atención al cliente es para ellos una prioridad; por eso, encargaron a Zendesk la tarea de prestar apoyo a 170 agentes en 21 mercados y 15 idiomas.

Cuando implementaron la plataforma en 2016, justo antes de las Navidades más ajetreadas que había vivido el equipo digital, su capacidad estabilizadora les permitió ofrecer un servicio de atención al cliente sin problemas en todos los departamentos. La empresa fue capaz de identificar los problemas potenciales de los clientes y los diferentes mercados, y hacer cambios rápidamente. Como resultado de ello, la productividad aumentó en un 50 % y la eficiencia del gasto aportó un ahorro de 208 387 dólares. La experiencia del cliente experimentó también una mejora y la empresa obtuvo una puntuación de la CSAT del 91,8 %.

Aumento de los ingresos

Este es un dato que demuestra algo que las empresas líderes en CX saben que es cierto. Según un [estudio de IBM y Adobe](#), "las empresas que elevan la transformación digital de la CX a la categoría de prioridad empresarial afirmaron que habían triplicado sus ingresos".

Al integrar la plataforma de soporte en las operaciones del negocio, y además compartir los datos clave de los clientes en la totalidad empresa, surge una nueva manera de aumentar los ingresos. Cuando los agentes disponen, en tiempo real, del contexto histórico que necesitan para ofrecer un servicio personalizado pueden convertir las interacciones simples con los clientes en oportunidades de ventas complementarias, introducir productos nuevos y reforzar la fidelidad a la marca. Esto tiene un enorme potencial para generar ingresos cuando se aplica a los clientes de alto valor que aprecian sentirse valorados y tratados de manera personal.

¿Necesitas más pruebas? Encargamos a [Forrester Consulting](#) que analizara el posible retorno de la inversión (ROI) que las empresas podían obtener si utilizaran Zendesk. Entrevistaron a siete de nuestros clientes y concluyeron que, después de tres años, una organización compuesta podía ganar 31,2 millones de dólares frente a 8,1 millones en gastos. Esto se suma a un valor actual neto (NVP) de 23,1 millones de dólares y un ROI del 286 %.

Acción

Convierte tu servicio de atención al cliente en un motor de crecimiento integrando la CX en las operaciones empresariales y utilizando tu plataforma de atención al cliente como base del crecimiento.

Cómo puede ayudar Zendesk

- Integra las soluciones de Zendesk con tus aplicaciones empresariales esenciales para introducir los datos clave de tus clientes en la plataforma de soporte. De esta manera, los agentes dispondrán del contexto que necesitan para **resolver rápidamente las preguntas de los clientes, brindarles un soporte proactivo y convertir las interacciones en oportunidades generadoras de ingresos.**
- Añade de manera rápida y sencilla y cuando lo necesites **canales digitales**, como el chat en vivo, el teléfono, los tickets por correo electrónico y una base de conocimientos para desviar las preguntas frecuentes. Mantente al día con los canales más modernos simplemente activando o desactivando uno, sin personalizaciones complejas por parte de desarrolladores.
- Crea **oportunidades de crecimiento y acelera el crecimiento de la empresa** con tecnologías digitales rentables y asociaciones estratégicas.

TESTIMONIO DE CLIENTE



Los agentes de HeliosX convierten el 20 % de los chats en ventas

[HeliosX](#) supervisa el trabajo de seis marcas que ofrecen un servicio único, desde productos dermatológicos personalizados hasta el reparto de medicamentos con receta, y que tienen un objetivo común: poner los servicios sanitarios al alcance de todo el mundo y a precios asequibles.

Las seis marcas de HeliosX utilizan la analítica de Zendesk para tomar decisiones definitivas a partir de los datos. Después de optimizar todas las marcas con Zendesk durante un año, HeliosX redujo los gastos de personal a menos de la mitad al tiempo que mejoraba la eficiencia y el rendimiento, y mantenía una puntuación de la CSAT del 96 %.

A esto le siguió un aumento de las ventas y de los ingresos. MedExpress ha aumentado en un 20 % las conversiones de los chats con los clientes. ZipHealth utiliza SMS para generar ingresos, ya que resulta más fácil identificar a los clientes. El resultado es un 20 % más de conversiones de carritos de compra pendientes en ventas finalizadas y una reducción significativa del tiempo necesario para gestionar esos casos. Los clientes de Dermatica obtienen una experiencia de consulta VIP que les pone en contacto con un dermatólogo que puede darles consejos al instante.



Spartan Race añadió un nuevo canal de venta al por menor y aumentó en un 27 % las conversiones.

[Spartan Race](#) es la marca de carreras de obstáculos y resistencia más grande del mundo. Tiene más de cinco millones de participantes que compiten en eventos en todo el mundo y produce también sus propios especiales de televisión, administra un gimnasio, y ofrece una línea de ropa y equipo deportivo.

Sin embargo, cuando llegó la pandemia en 2020, Spartan Race se vio obligada a reducir su personal, lo que hizo que no dispusiera del número de agentes necesario para hacer frente al volumen de trabajo del chat en vivo. Una solución rápida fue suscribirse a Zendesk Suite, que permitió a la marca ofrecer soporte omnicanal a través del correo electrónico, el chat, el teléfono, los bots, las redes sociales, el formulario web y un centro de ayuda. La integración adicional con Shopify supuso un aumento de un 27 % en las ventas.

El equipo actual de 75 agentes de soporte está perfectamente equipado para poder atender más de 36 000 tickets al mes. Spartan Race ha aumentado el uso de opciones de autoservicio en un 46 % y el de las visitas al centro de ayuda en un 40 %. De esta manera, consigue reducir los costes operativos y aumentar la satisfacción de los clientes.

Convertir a los agentes en representantes de ventas internas

En tiempos de incertidumbre, resulta muy útil la mentalidad de "aportar cada uno su granito de arena". Con la plataforma de soporte adecuada, una empresa de servicios puede realizar ventas muy rentables sin recurrir a nadie más. En muchos aspectos, los agentes de soporte son los representantes de ventas ideales. Trabajan en la empresa resolviendo problemas y establecen relaciones con los clientes que sientan las bases de una fidelidad a largo plazo.

Tienen acceso a los datos históricos de los clientes y a métricas compartidas. Esto, junto con las herramientas de mensajería que les permiten colaborar de manera fácil con los equipos internos, hace que tengan una visión completa del cliente. De esta manera, los agentes pueden forjar relaciones sólidas que ofrecen oportunidades de venta: ventas cruzadas, complementarias, compras repetidas y más ingresos gracias a la fidelidad a la marca.

Cuando la plataforma de soporte está plenamente optimizada, la automatización puede también generar ventas. Las recomendaciones de producto proactivas se pueden integrar en todas las interacciones de autoservicio con los clientes. Esto refuerza los ingresos pasivos y pueden ir aumentando con el tiempo.

Acción

Convierte las consultas en ventas nuevas, cruzadas y complementarias de clientes potenciales.

Cómo puede ayudar Zendesk

- Resuelve de forma rápida y personalizada las preguntas de los clientes para **minimizar la tasa de abandono y aumentar las compras repetidas.**
- Convierte las interacciones con los clientes en **oportunidades de generar ingresos** integrando los datos comerciales y las **interacciones de soporte proactivas.**
- Proporciona a los agentes **visibilidad del historial del cliente** para que puedan conectar de manera proactiva con los visitantes del sitio web e impulsar las tasas de conversión y el promedio de pedidos.
- **Aumenta los ingresos incrementales** con **recomendaciones de compra** proactivas e interacciones con bots automatizados.

TESTIMONIO DE CLIENTE



Los agentes de Chupi obtienen un millón de euros en ventas incrementales

[Chupi](#), una empresa de joyería online con sede en Dublín, está especializada en piezas familiares de oro macizo y en una experiencia de cliente VIP. La empresa contrató Zendesk al principio de los confinamientos de 2020 a nivel mundial para ayudar a los nuevos empleados a incorporarse al teletrabajo y adaptarse rápidamente a la plataforma. A medida que el equipo se fue familiarizando con la plataforma, comenzaron a utilizar las funciones de Zendesk para descubrir tendencias nuevas. Por ejemplo, el chat en vivo se convirtió en el canal para atender consultas con un solo clic. Gracias a él, el equipo obtuvo en poco tiempo una puntuación de la CSAT del 98,6 %

Todas las llamadas, los tickets y los mensajes directos de Instagram y Facebook van directamente a Zendesk. De esta manera, los agentes disponen del historial completo de cada cliente y pueden ofrecer el servicio personalizado y uniforme con el que Chupi obsequia a sus clientes. Pronto la empresa descubrió cómo convertir las consultas al servicio de atención al cliente en ingresos por ventas, "vendiendo con amabilidad y sin presiones", escalando los tickets con Zendesk y reservando sesiones en un servicio de asesoría de joyas virtual donde los clientes pueden ver piezas concretas y realizar un seguimiento con un paquete postasesoría. Estas sesiones tienen un porcentaje de conversión del 65 %.

En 2020, Chupi tuvo un aumento del 300 % en las ventas basadas en la atención, lo que supuso un millón de euros en ventas procedentes directamente del equipo de atención al cliente.



Al pasar de los tickets a las conversaciones, las conversiones en ventas aumentaron un 79 %.

[Dorm Room Movers](#) ofrece servicios de mudanza a los estudiantes universitarios de Estados Unidos. Desde su creación en 2007, la empresa ha ayudado a mudarse a más de 85 000 estudiantes y atiende más de 1000 conversaciones de mensajería al mes.

Con el cambio a la asistencia a través de la mensajería, junto con las opciones de autoservicio con sugerencias automáticas de artículos y transferencias de bot a agente lógicas, el equipo puede ofrecer un servicio de soporte omnicanal fluido a través del correo electrónico, los SMS, la mensajería, el teléfono y los canales de las redes sociales sin tener que escribir ni una sola línea de código.

Al principio, los agentes tenían que cambiar de un panel de control a otro para ver y responder a las conversaciones en sistemas de correo electrónico, teléfono y chat aparte. Sin embargo, cuando integraron todas sus aplicaciones en Zendesk Suite y el espacio de trabajo para los agentes, la empresa logró agrupar las interacciones de los clientes como conversaciones en directo, activas o a la espera de respuesta, lo que permitía a los agentes cambiar de un entorno asíncrono a otro en tiempo real.

Gracias a esta vista unificada, Dorm Room Movers puede ofrecer un servicio más rápido y personalizado. Poder almacenar y gestionar conversaciones en tiempo real en diferentes canales ha sido algo determinante para la empresa. El equipo de soporte interactúa con los estudiantes que se mudan, al tiempo que establece relaciones con los clientes. En los periodos de más actividad, la empresa puede mandar mensajes de manera masiva sin tener que responder a los clientes de forma individual. Esta estrategia ha permitido al equipo aumentar de manera significativa las conversiones.

05 Conservar los clientes

¿Hay algo más gratificante (y más rentable) que la fidelidad de los clientes? Según un estudio llevado a cabo por Bain & Company, aumentar las tasas de fidelización de clientes en un 5 % puede aumentar las ganancias en más de un 25 % con el tiempo. Son unas cifras nada desdeñables, especialmente en tiempos de incertidumbre y agitación en los mercados.

Alargar el ciclo de vida útil de los clientes se ha convertido en una estrategia fundamental para muchas empresas que buscan aumentar los ingresos al tiempo que controlan los gastos. Cuesta mucho menos dinero seguir complaciendo a los clientes existentes que adquirir otros nuevos. La clave para lograr un ciclo de vida útil de los clientes largo es ofrecer un servicio de atención al cliente personalizado que cumpla las expectativas en cada interacción.

Esto significa ofrecer un servicio uniforme y personalizado en todos los canales para que los clientes puedan obtener las respuestas y las soluciones cuando y donde anticipen que pueden necesitarlas. Cuando se integran los datos, y las opiniones de los clientes, en la totalidad de la empresa, todo el mundo tiene acceso al historial completo del cliente, independientemente de la persona que esté prestando el servicio.

Acción

Esfuézate el doble en ofrecer un servicio personalizado para conservar tu base de clientes.

Cómo puede ayudar Zendesk

- Aumenta el ciclo de vida útil de los clientes ofreciendo un **servicio uniforme y personalizado** en todos los canales digitales.
- Pon las opiniones de los clientes y otros datos relacionados a disposición de todos los departamentos de la empresa con **integraciones flexibles en la plataforma** para ayudar a **tomar decisiones basadas en datos** que favorezcan la adquisición de más clientes, fomenten su fidelidad y aporten más rentabilidad a la empresa.

TESTIMONIO DE CLIENTE



BlendJet utiliza la IA para aumentar la productividad en un 30 %

Desde su creación en 2017, [BlendJet](#), la primera batidora portátil, se ha convertido en la marca de batidoras más popular de las redes sociales y la número uno en ventas directas al consumidor. La empresa tiene millones de clientes en prácticamente todos los países. Su equipo de atención al cliente, cada vez mas numeroso, recibió un empujón muy importante cuando BlendJet se asoció con Zendesk y TypeGenie, algo que les permitió responder a un 30 % más de tickets y reducir el tiempo de respuesta durante los periodos de más actividad.

Establecer unas relaciones sólidas con los clientes es importante para BlendJet y el equipo quería disponer de una plataforma de atención al cliente que les permitiera ofrecer un servicio personalizado y a largo plazo. BlendJet gestiona los tickets a través del correo electrónico, los formularios de contacto, el teléfono y las redes sociales, y el equipo de servicio de atención al cliente utiliza las soluciones de Zendesk para elaborar informes y mejorar el rendimiento. Desde su central de control de los datos, puede supervisar sin problemas los niveles de servicio y mejorar la experiencia que ofrecen a los clientes.

BlendJet integró TypeGenie, una función de autocompletado basada en IA que permitió a los agentes automatizar la escritura repetitiva en Zendesk durante la pandemia. Esta integración ha ahorrado tiempo a los agentes y permite ofrecer el mismo tono de voz en todos los mensajes y mantener los mismos tiempos de respuesta rápidos.



TV2 obtiene un ROI de un 438 % después de 2 años utilizando Zendesk

Como principal canal de televisión comercial de Dinamarca, [TV2](#) emite programas y noticias en más de seis canales y ofrece un servicio de streaming producido en parte de manera interna. En lo que respecta al servicio de atención al cliente, la estrategia global de TV2 es ir por delante del resto. Una de las maneras de hacerlo es permitir que los clientes resuelvan los problemas por sí solos con la IA. TV2 utiliza Zendesk como plataforma de atención al cliente y centro de datos. Dispone de la información que necesita para ofrecer un servicio de atención al cliente inteligente con respuestas oportunas y precisas y un centro de ayuda repleto de recursos (artículos, vídeos y guías).

Gracias a los tres mil millones de cálculos diarios sobre los datos de sus clientes, TV2 dispone de información que le ayuda a predecir lo que los clientes van a hacer a continuación. La empresa puede adoptar medidas proactivas para hacer frente a la tasa de abandonos, llegar a los clientes con ofertas personalizadas (por ejemplo, recomendaciones de series de televisión en función del historial de programas vistos) y optimizar las iniciativas de marketing por correo electrónico.

Con Zendesk, TV2 ha aumentado de manera significativa su puntuación de la CSAT que ha pasado del 77 al 93 % y ha incrementado su base de clientes en un 45 %. El ROI del 212 % de Zendesk el primer año paso a ser del 438 % después del segundo año.

Enfréntate al presente con Zendesk

Cuando los seres humanos se sienten amenazados, reaccionan luchando, huyendo o bloqueándose. Sin embargo, las empresas tienen otra opción: prosperar.

Cuando se enfrentan a un cambio sea del tipo que sea, tanto en tiempo real como futuro, las empresas tienen la oportunidad de elegir un camino hacia delante que las conduzca a una nueva era. En lugar de luchar contra las circunstancias o de aferrarse a prácticas obsoletas, las empresas pueden optar por ser creativas y adaptarse con estrategias nuevas e innovadoras.

Las soluciones de Zendesk son perfectas para ayudar a las empresas a hacer frente a la incertidumbre y avanzar con confianza. Nacimos como alternativa a las soluciones de software de servicio al cliente caras y sobredimensionadas, y hemos evolucionado hasta convertirnos en un software fácil de configurar, aprender, utilizar y mantener. Ayudamos a las empresas a hacer frente a sus retos actuales e inmediatos. Les proporcionamos también más agilidad y el coste total de propiedad óptimo en el sector para que puedan hacerlo también a largo plazo.

Para obtener más información sobre cómo puede Zendesk ayudar a tu organización de CX a gestionar los gastos, facilitar el crecimiento e impulsar la retención, visita

zendesk.com/roi

