zendesk

Hacer el cambio: Cómo 4 empresas mejoraron la experiencia del cliente con Zendesk

03 Introducción

04 **Capítulo 1**
Implementación: Enfrentarse a la complejidad con una solución simple y rápida de implementar
Uber

07 **Capítulo 2**
Conexiones y personalizaciones: Adaptar la tecnología a tus necesidades
Dailymotion

10 **Capítulo 3**
Diferenciarse mediante la experiencia del cliente:
Proporcionar experiencias superiores
Airbnb

13 **Capítulo 4**
Según las cifras: Asegurarse de que aporta beneficios
Birchbox

16 Conclusión

Tu empresa nunca es demasiado grande para proporcionar un servicio de atención al cliente atento y personal

Cuando piensas acerca de las mejores experiencias de servicio de atención al cliente, ¿qué recuerdas?

Es probable que te haya resultado sencillo acceder a la información de contacto del servicio de atención al cliente, contactar con el canal que mejor funciona para ti y encontrar un representante del servicio de atención al cliente amable que se haya tomado el tiempo necesario para escucharte realmente, yendo más allá para solucionar tu problema. La persona del otro lado de la línea o del chat en vivo parecía conocer el contexto de tu problema, independientemente de la cantidad de interacciones que se necesitaron para llegar a la resolución. Y, aunque no le veías, podías saber que ofrecía el servicio con una sonrisa y realmente le importaba.

Mientras más grande sea tu empresa, más difícil puede resultar ofrecer este tipo de atención tan personal y atenta que permanece en la memoria de tus clientes. Pero esto no significa que sea imposible. Los agentes dispuestos a enfrentarse a problemas difíciles, preparados con la tecnología adecuada que preserva el contexto importante de cada problema de soporte, son todo lo necesario para ofrecer una atención al cliente excepcional a escala.

Hemos tenido muchas oportunidades para ver lo poderosa que puede ser esa combinación. En todos los sectores, las empresas han mejorado su eficiencia, maximizado el retorno de la inversión y ofrecido un servicio de atención al cliente excepcional al combinar las herramientas adecuadas con un enfoque estratégico centrado en el cliente. Probablemente estás pensando en la desalentadora tarea de implementar esas herramientas y tecnologías, sin mencionar, el hecho de iniciar este tipo de transformación en tu propia organización. Pero esto puede ser realmente sencillo con una solución CRM moderna y fácil de usar que se puede implementar rápidamente y resuelve problemas para apoyar el crecimiento del negocio desde el primer día. Para que puedas visualizarte haciendo lo mismo con tu empresa, hemos recopilado algunos de estos casos que han resultado exitosos.

1

Implementación: Enfrentarse a la complejidad con una solución simple y rápida de implementar

El tamaño y la escala conllevan complejidad.

Aunque ofrezcas una gama de productos diversos, atiendas a diferentes audiencias o dependas de una variedad de socios de tecnología para que la empresa funcione sin problemas, tus necesidades se pueden complicar. Pero, sin importar cómo eso afecte al sistema, el cliente debe ser la prioridad, y su atención debe ser perfecta.

Las plataformas de tecnología a menudo traen dificultades a las empresa en crecimiento. Las migraciones desorganizadas, la administración de códigos complicados y las estrategias inciertas con sistemas antiguos pueden conllevar dificultades innecesarias, lo que confunde a los clientes que necesitan ayuda. Pero con plataformas optimizadas e intuitivas, puede convertirse en parte de la solución, permitiéndote centralizar las operaciones y comenzar a crear de inmediato una mejor experiencia para tus clientes.

Uber

Complejidad empresarial

30 000 chats por semana
Miles de agentes
10 idiomas
450 ciudades
79 países
Varios productos

Simplicidad lograda

Incorporación rápida
Comunicación en tiempo real
Flujos de trabajo mejorados

Resultados de la experiencia del cliente

CSAT 95 %
Primera respuesta en el chat:
< 30 segundos

El desafío

Uber creció a una velocidad con la que la mayoría de las empresas emergentes sueñan, propagó sus operaciones en más de 420 ciudades, y esto la llevó a incorporar rápidamente a conductores y adquirir clientes en todas las regiones. No solo su comunidad creció a una velocidad increíble, sino que la empresa también agregó nuevas líneas de negocios aparte de su servicio de transporte, como Uber Eats y Uber for Business.

Ese crecimiento, combinado con el modelo empresarial de Uber, que requiere atraer y administrar relaciones con múltiples audiencias, crea desafíos únicos. Su equipo de soporte atiende a toda la comunidad, que incluye clientes, conductores y restaurantes. Para poder seguir ofreciendo experiencias perfectas para todos, el equipo de soporte también creció, de un par de decenas a más de 1000 agentes especializados en tan solo unos años.

Para cualquier problema relacionado con el servicio de atención al cliente que pueda surgir, la empresa necesita asegurarse de alguna manera de que todas las partes se entiendan y se puedan comunicar en tiempo real. Necesitan poder resolver los problemas de forma rápida para aquellos clientes agobiados que intentan llegar al aeropuerto para coger un avión o los que están impacientes por disfrutar de una cena y no les va a gustar tener que esperar.

Crecer con Zendesk

Uber empezó a utilizar Zendesk al principio de la historia de la empresa, por lo que en lugar de hacer un cambio, pudo adaptar el producto a sus necesidades cambiantes a medida que crecían. Con más relaciones para administrar y la incorporación de productos adicionales, Zendesk Chat se convirtió en una herramienta importante para la empresa.

"El Chat es estupendo para integrar a los nuevos conductores y permitir que los agentes puedan responder muchas preguntas en una sola interacción", afirmó Ashley Bradford, gerente de programas de soporte global por chat. El modelo empresarial solo funciona si tienen suficientes conductores, de forma que para generar resultados es importante prepararlos rápidamente para su primer viaje.

"Uber Eats también hace un uso interesante del chat", añadió Bradford, "porque conectamos a tres grupos: los comensales con los restaurantes, y luego los repartidores que llevan la comida a domicilio".

Una entrega exitosa de Uber Eats requiere una buena coordinación entre el conductor y el restaurante como mínimo, y en muchos casos, también un agente. Todo esto debe suceder entre bastidores para que la experiencia sea perfecta para los clientes. El panel en tiempo real y las funciones del chat de Zendesk lo hacen posible, y los primeros pasos son sencillos.

Las herramientas ayudan al equipo de Bradford a mantener una puntuación de CSAT promedio superior al 95 por ciento.

> **"Zendesk Chat se puede configurar rápidamente y se puede usar para probar la experiencia del usuario. Lo único que necesitas es una conexión a Internet buena".**
>
> Ashley Bradford
> Gerente de programas de soporte global por chat

2

Conexiones y personalizaciones: Adaptar la tecnología a tus necesidades

En promedio, las empresas tienen más de 1000 productos tecnológicos diferentes solo en la nube. Una de las complejidades de tener un negocio moderno es asegurarse de que todas las tecnologías de las que depende tu empresa se integren a la perfección. Es igualmente importante que esas tecnologías tengan funciones integradas, como flujos de trabajo avanzados, inteligencia artificial e integraciones listas para usar, para facilitar la personalización y satisfacer con éxito las necesidades únicas de tu empresa.

dailymotion

Cliente desde
2015
Reducción del tiempo de primera respuesta
50 %
Índice de resolución de Answer Bot
14 %
Aumento del cumplimiento de SLA
29 %

El catálogo de 150 millones de vídeos de DailyMotion, una empresa fundada en París en 2005, recibe cada mes 300 millones de visitas únicas y genera 3000 millones de visualizaciones de vídeo. La empresa empezó como una plataforma de contenido creado por el usuario, pero reorientó su modelo de negocio en 2015 después de su adquisición por el conglomerado mediático francés Vivendi. Dailymotion ahora da prioridad a contenidos premium seleccionados.

Para una empresa que se ha propuesto ofrecer una experiencia inmejorable a los productores y espectadores de vídeos en un entorno competitivo, proporcionar soporte de forma proactiva es un esfuerzo adicional que vale la pena.

“La experiencia del cliente es algo que afecta muchísimo a nuestros usuarios”, explica Giovanni Berthelot - Director de atención al cliente.

En 2010, Dailymotion se dio cuenta de que, a la larga, una bandeja de entrada de correo electrónico no podría ofrecerle una solución para la administración de los tickets, así que adoptó Zendesk Support y poco más tarde añadió Zendesk Guide. También comenzó a reunir un equipo para hacer algo más que simplemente responder tickets; el equipo de Giovanni forma a los usuarios, fomenta el uso innovador de los productos y ofrece asesoramiento especializado a sus socios de creación de contenido.

Cuando la empresa decidió centrarse en el contenido de vídeo premium, en 2017, Giovanni y su equipo hicieron mejoras en su centro de ayuda, que recibe 142.000 visitas al mes. Ahora continúan trabajando en la selección de artículos de soporte y la manera de compartirlos de forma proactiva. Por ejemplo, con el Answer Bot los clientes pueden encontrar lo que necesitan sin que intervenga un agente. Esto ha aumentado la autosuficiencia de los usuarios y la eficiencia del equipo de soporte: en tan solo un año, el Answer Bot fue capaz de resolver 2798 tickets, lo que representa un porcentaje de resolución general del 14 por ciento.

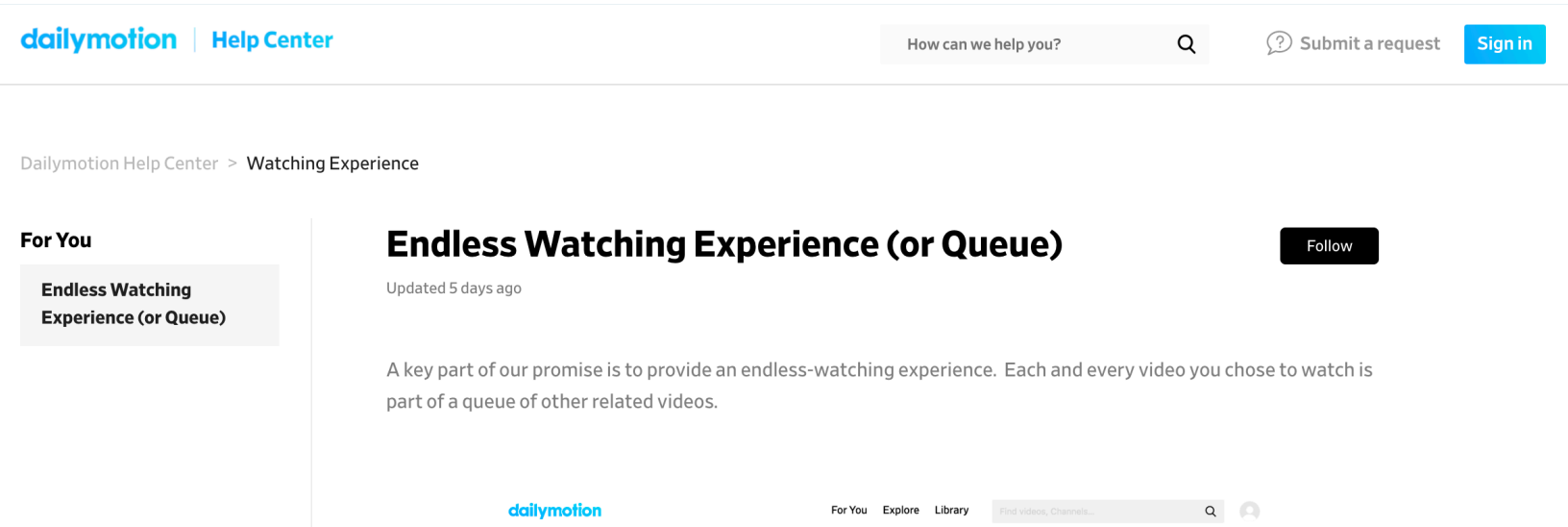
Su equipo también colabora internamente con el equipo de producto de Dailymotion para asegurarse de que sus integrantes están al tanto de las actualizaciones de los productos.

Cuando el equipo de atención al cliente de DailyMotion vio que un usuario pedía una función nueva a través de Facebook, reaccionó inmediatamente y generó un ticket. Pocos meses más tarde Dailymotion introdujo la función y el equipo de atención se lo comunicó directamente al usuario, que se llevó una gran alegría.

“Hemos creado varias herramientas personalizadas con la API de Zendesk, incluida una que nos permite detectar automáticamente si la solicitud proviene de un usuario o un socio. Algunas solicitudes pueden ir directamente a un agente de nivel 2, dependiendo de su naturaleza”.

Para fortalecer la calidad de la experiencia del cliente también han diseñado otras personalizaciones de su instancia de Zendesk, como una aplicación dinámica de CRM para solucionar más fácilmente los problemas con los tickets, una sección de enlace rápido en sus formularios de comentarios que envía datos al usuario en función del formulario seleccionado y un widget de “noticias de última hora” en el centro de ayuda, que indica cuándo una función importante está inoperativa de forma temporal.

> “Para nosotros, Zendesk era la plataforma más completa y flexible. Gracias a la API de Zendesk hemos podido crear herramientas y procesos que reducen el esfuerzo del cliente y aumentan la solidez de nuestras actividades de soporte”.
>
> Giovanni Berthelot
> Director de atención al cliente



3

Diferenciarse mediante la experiencia del cliente: Proporcionar experiencias superiores

La velocidad de la implementación y las eficiencias mejoradas son elementos importantes que todas las empresas deberían tener en cuenta a la hora de seleccionar al proveedor adecuado. Pero lo más importante en el servicio de atención al cliente es crear la mejor experiencia posible para las personas a las que les ofreces los servicios.

El software de servicio de atención al cliente adecuado permite que tus agentes ofrezcan una experiencia del cliente excepcional, y el proveedor adecuado se asociará contigo para ayudar a tu equipo a alcanzar esa meta. No te preocupes, no tienes que elegir entre ofrecer una buena experiencia del cliente y velocidad, eficiencia y ahorros. Hemos visto a clientes de Zendesk lograr todo eso.

airbnb

Desafíos del cliente
191 países
65 000 ciudades
20 idiomas
Más de cuatro millones de anuncios
Más de 100 millones de huéspedes

Resultados de la experiencia del cliente
Soporte personalizado
Vista de 360 grados de los clientes
Llamadas telefónicas respondidas en minutos
Correos electrónicos respondidos en 24 horas
1-1 Mensajería habilitada

El desafío

Airbnb pasó de tomar reservas de tres millones de huéspedes por año en 2012, lo que ya superaba a muchas cadenas de hoteles establecidas, a más de 100 millones en 2017. Además de atender a una gran cantidad de viajeros, también proporciona servicios a anfitriones en más de 65 000 ciudades.

Para satisfacer las necesidades de tantas personas diferentes, la empresa tiene miles de agentes de servicio de atención al cliente que operan en 20 lugares de todo el mundo. Dada la naturaleza de su empresa, cuando alguien necesita ayuda, la necesita rápido. Los agentes necesitan una manera de ponerse al día rápidamente con la situación de cualquier viajero o anfitrión que se pone en contacto con ellos, independientemente del canal que use, ya sea por correo electrónico, redes sociales, mensajes de texto u otros canales de mensajería.

Además, cada problema es único, y los agentes deben personalizar cada respuesta para asegurarse de que se aplique a la ubicación de un viajero o anfitrión, el tipo de alquiler en cuestión y el problema específico al que se enfrenta el cliente.

Por lo tanto, proporcionar soporte personalizado a múltiples audiencias en más de 100 países y 20 idiomas no sería una tarea fácil. La empresa necesitaba una herramienta que pudiera manejar esa complejidad y un proveedor dispuesto a ayudarlos a personalizarla para esas necesidades.

Crecer con Zendesk

Cuando el equipo estaba evaluando las opciones para elegir el producto de servicio de atención al cliente adecuado, “el crecimiento, la confiabilidad y el tiempo de funcionamiento durante las 24 horas del día y los 7 días de la semana, fueron factores importantes”, cuenta Shirley Lin, responsable de producto del grupo de productos de soporte. Comenzaron a usar Zendesk desde el principio y, a medida que las necesidades de la empresa comenzaron a complicarse con el tiempo, el software siguió cumpliendo con lo prometido.

“Tenemos clientes que no reservan solo habitaciones, sino también experiencias e incluso mesa en un restaurante”, comenta. Cuando se ponen en contacto con el servicio de atención al cliente, el agente necesita una forma sencilla de ver los detalles de su relación con Airbnb y todas las reservas y alquileres asociados con su cuenta. Al conectar Zendesk con las herramientas internas de Airbnb, pueden obtener una vista de 360 grados de cada cliente y su historial.

Esto los ayuda a proporcionar respuestas precisas y personalizadas de forma rápida. La mayoría de las llamadas telefónicas se responden en cuestión de minutos durante la temporada alta, y los correos electrónicos, por lo general, se responden en 24 horas. Este flujo de trabajo fue el resultado de trabajar de cerca con Zendesk para personalizar el producto a sus necesidades.

“Tener un socio que entiende realmente nuestro negocio y nuestras aspiraciones es genial, porque, a fin de cuentas, el servicio tiene que estar coordinado con cada segmento del trabajo que tiene lugar en Airbnb”, explica Lin.

> **“Para nosotros, Zendesk ha sido un buen socio. Su personal ha colaborado constantemente con nosotros para asegurarse de que Zendesk crece a la par de Airbnb, una tarea nada fácil”.**
>
> Shirley Lin
> Responsable de producto del grupo de productos de soporte

4

Según las cifras: Asegurarse de que aporta beneficios

El software del servicio de atención al cliente tiene como fin facilitar los procesos de toda una organización, no solo del equipo de soporte. Aunque este efecto dominó probablemente se propague a otros sectores, el software de soporte tiene que empezar a dar resultados lo antes posible. Por este motivo es fundamental seleccionar una solución que ofrezca un retorno de esa inversión, en términos de ahorros y eficiencia de soporte.

Para nuestros clientes que han hecho los cálculos, el retorno de la inversión de Zendesk es claro.

BIRCHBOX

Agentes
54
Media mensual de tickets
37.800
Disminución del coste por contacto
39%
Disminución del volumen de tickets
22%

El método personalizado de Birchbox requiere una sólida estructura de servicio de atención al cliente, tanto para que los clientes entiendan el servicio como para incorporar sus sugerencias en el negocio.

Cuando la empresa se estableció en 2010, el equipo de servicio al cliente de Birchbox solo tenía unos pocos agentes que respondían a los correos electrónicos de los clientes. Ocho años después, el equipo ha crecido considerablemente. En 2018, 54 agentes manejaban 38,000 tickets al mes, a través de diferentes canales de soporte, como correo electrónico, Facebook Messenger, teléfono, SMS y chat en vivo. El equipo ofrece un centro de ayuda de autoservicio.

Birchbox adoptó Zendesk Support y Guide en 2012, lo que supuso el primer paso en la construcción de su actual equipo de atención al cliente. En 2015 se añadieron Zendesk Talk y Chat para ofrecer soporte por SMS y chat en vivo, con lo que todos los canales pasaron a formar parte de un único sistema integrado.

Lo fundamental es que ahora el equipo de soporte de Birchbox tiene los medios necesarios para satisfacer a los clientes dondequiera que estén. “Ser capaces de adaptarnos al cliente ha sido decisivo”, explica Leanna Nazzisi, coordinadora de operaciones del cliente. “Ya no se trata solo de enviar un correo electrónico y sentarse a esperar que lo respondan. Zendesk nos está ayudando a dar la respuesta que busca el cliente, independientemente del canal de contacto que utilice”.

El equipo consiguió su récord de tiempo de resolución más bajo en 2018, un logro notable dada su expansión a cinco canales de soporte. Birchbox también implantó un programa de recuperación del servicio en 2018. Al utilizar Stella Connect, un socio de Zendesk, los agentes de Birchbox pueden hacer un seguimiento de los clientes que dan una puntuación deficiente a su interacción inicial con un especialista de descubrimiento. Cualquier cliente que nos dé su opinión también puede “premiar” a los especialistas con una calificación en estrellas y obsequios, que entre bastidores se convierten en premios reales (desde café gratis hasta unos días en un balneario).

Este esfuerzo se ha traducido en una disminución constante del volumen de tickets, así como del coste por contacto desde 2015, a pesar del crecimiento de la empresa. Por ejemplo, el volumen de tickets disminuyó un 15 % en 2016, un 3 % más en 2017 y un 22 % en 2018. Por su parte, el coste por contacto bajó un 40 % en 2016, un 18 % en 2017 y nada menos que un 39 % en 2018. Para una empresa que trabaja por suscripción, esta eficaz forma de gestionar el crecimiento y la satisfacción es clave para la salud y el éxito del negocio en su conjunto.

La mejora de la eficiencia también permite al equipo adaptar sus procesos y comunicaciones. El contacto con los clientes se cuantifica para ver qué aspectos de su experiencia convendría mejorar, y los comentarios recabados se relacionan directamente con la empresa para propiciar el cambio y la evolución. Esta información ayuda al equipo a entender mejor la interacción con los clientes y las prioridades de estos, y también se refleja en la experiencia al utilizar el sitio web y el formato de caja, en los procesos para ofrecer regalos y en la comunicación en general.

> **“Zendesk ha resultado muy eficaz para nosotros en el día a día y nos permite informar a los distintos equipos, hasta el nivel de la gerencia. Todo se encuentra en el mismo lugar, ya se trate de problemas de los clientes o de los indicadores clave de rendimiento de los empleados”.**
>
> – Leanna Nazzisi
> Coordinadora de operaciones del cliente

Conclusión

Implementar una nueva solución de servicio de atención al cliente puede ser intimidante, especialmente para las empresas que tienen muchos procesos y agentes entrelazados. Pero, con un producto intuitivo, fácil de usar y repleto de funciones que satisfacen tus necesidades y mejoran el retorno de la inversión, el cambio puede dar resultados de forma rápida y con las mínimas interrupciones.

Zendesk proporciona la combinación de simplicidad, flexibilidad y las funcionalidades que las empresas necesitan para cumplir con las metas del servicio de atención al cliente y ofrecer resultados. Para obtener más información acerca del cambio, ponte en contacto con nosotros.

zendesk