

Incrementa un 40% el uso de WhatsApp en la experiencia al cliente del sector automotriz.

- La implementación de estrategias de experiencia al cliente ha contribuido en la disminución del porcentaje de quejas en más del 50%.
- La atención al cliente mejoró cerca del 95% a través de canales digitales.

Ciudad de México a 17 de marzo de 2022.- La industria automotriz en México ha apostado por fortalecer sus estrategias de experiencia al cliente (CX) a través de canales digitales, principalmente WhatsApp, representando un incremento del 40% en su implementación, según un informe realizado por Atento. La firma -líder en el sector- prevé que esta tendencia de crecimiento continúe durante 2022.

La implementación de canales digitales en la atención a clientes ha mejorado la eficiencia de los servicios de postventa para las compañías automotrices, y les permite estudiar las necesidades de los usuarios en sus interacciones para poder brindarles una respuesta mejor y más rápida a sus inquietudes.

El estudio realizado por Atento muestra que la implementación de estrategias de CX ha aumentado cerca del 90% la resolución de problemas en la primer contacto a través de canales digitales como WhatsApp, correo electrónico y web chat. Asimismo, mejoró la atención al cliente contribuyendo en la disminución del porcentaje de quejas en más del 50%.

“Los usuarios de la industria automotriz no sólo buscan una atención eficiente, sino una experiencia 360° que aporte incluso en otros aspectos como decisiones de compra. En Atento México, estamos comprometidos con nuestros clientes al ser un soporte durante todo el proceso del usuario, brindando apoyo y seguimiento a quejas, cotizaciones, dudas, consulta de información especializada, entre otros. Eficientar e innovar nuestras soluciones es clave para ofrecer la mejor experiencia a los usuarios de nuestros clientes” analiza Julio Zaragoza, líder de negocio multisector.

La atención al cliente en esta industria ha evolucionado rápidamente y en la actualidad se ha convertido en un punto clave para el proceso y toma de decisión del consumidor, de tal manera, que a través de las interacciones de los usuarios se puede generar gran impacto en momentos decisivos, por ejemplo, en la compra de un vehículo o la fidelización con la marca. Por ello, es importante contar con experiencias personalizadas que se adapten a las exigencias del cliente actual.

Existe una alta necesidad en el sector de unificar procesos y conocer más de cerca a los clientes. Mediante estrategias de CX se puede aportar más en operaciones cotidianas con soluciones Back Office para el procesamiento de documentos en un menor tiempo, agilizando la respuesta al cliente, así como en la generación de citas de servicio o mantenimiento, reduciendo tiempos de espera para ambas partes.

Analizando el caso de éxito concreto de una marca japonesa, se ha logrado generar más de 74 mil interacciones anuales a través de canales digitales, logrando un índice de satisfacción mayor del 70% en los usuarios de la marca, además de un aumento en el índice de recomendación de 88% en dichos canales a través de encuestas de satisfacción a los usuarios.



Los principales procesos en los cuales se han llevado a cabo estrategias de CX son en servicios de atención al cliente en etapa de preventa y postventa, seguimiento de quejas y reporte de vehículos robados.

“La transformación digital ha tomado mayor importancia no sólo en la industria automotriz, sino en las compañías en general. En este sentido, en las estrategias para mejorar la experiencia del cliente es necesario integrar tecnología innovadora como soluciones digitales para poder anticipar necesidades y deseos de usuarios, agregando valor a las interacciones para generar resultados más efectivos para las empresas” puntualiza Julio Zaragoza.

Sobre Atento

Atento es uno de los cinco mayores proveedores a nivel mundial de servicios de gestión de las relaciones con clientes y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) y líder en Latinoamérica. Atento es también un proveedor líder de servicios CRM/BPO nearshoring para compañías que desarrollan su actividad en Estados Unidos. Desde 1999, la sociedad ha desarrollado su modelo de negocio en 13 países y cuenta con presencia en España y una plantilla de 150.000 empleados. Atento cuenta con más de 400 clientes a los que presta una amplia gama de servicios CRM/BPO a través de múltiples canales. Sus clientes son empresas multinacionales líderes en sectores como la tecnología, las nuevas empresas digitales, las telecomunicaciones, las finanzas, la asistencia sanitaria, el consumo y la administración pública, entre otros. Las acciones de Atento cotizan bajo el símbolo ATTO en la Bolsa de Nueva York (New York Stock Exchange). En 2019, Atento fue reconocida por Great Place to Work® como una de las 25 Mejores Multinacionales para Trabajar en el Mundo y como una de las 25 Mejores Multinacionales para trabajar en Latinoamérica. Para más información www.atento.com

Relación con medios

press@atento.com

Contacto Atento

