

Aumenta un 35% el uso de redes sociales en Experiencia al Cliente en el sector de Telecomunicaciones

- Cada vez más, los usuarios de compañías de telecomunicaciones en México recurren a canales como Whatsapp, Facebook y Twitter para establecer contacto con sus proveedores de servicio.
- La industria de Telecomunicaciones registra a nivel mundial la 4ª tasa de abandono más alta, después de los servicios de cable, banca y retail.

Ciudad de México a 26 de abril de 2022.- El sector de Telecomunicaciones en México registró, en tan sólo un año, un incremento de 35% en el uso de canales digitales -principalmente Whatsapp- para los servicios de experiencia al cliente (CX). De acuerdo con un informe realizado por Atento (NYSE: ATTO, “Atento” o la “Compañía”), uno de los cinco mayores proveedores del mundo y empresa líder en servicios de relación con el cliente y externalización de procesos de negocio (CRM/BPO) en América Latina, las estrategias digitales de las compañías de telecomunicaciones se enfocaron, en primer lugar, en ofrecer soporte al cliente, seguido de iniciativas para la cobranza y el cierre de ventas.

Asimismo, el análisis destaca que se espera que esta tendencia continúe durante 2022, tomando en consideración que la industria de telecomunicaciones registra a nivel mundial la cuarta tasa de abandono más alta¹, tan sólo después de los servicios de cable, banca y retail. Esto significa que el 21% de los clientes nuevos permanecen menos de un año con el mismo proveedor de telecomunicaciones debido a temas relacionados, principalmente, con la velocidad del internet, conectividad, planes elevados, facturación complicada, correos no deseados, o un servicio al cliente deficiente.

“El soporte al cliente en la industria de telecomunicaciones es un factor crítico debido a que casi el 40% de quienes abandonan una empresa de ese sector lo hacen por una mala experiencia, y prefieren buscar quien les brinde una mayor personalización y una solución más instantánea. En ese sentido, poder contar con la tecnología que lo haga posible es fundamental” afirmó Arturo Alvarado, director de delivery en Atento México.

De acuerdo con Atento, los clientes de las empresas de telecomunicaciones utilizan los canales digitales por la rapidez y facilidad de contacto que brindan, y lo hacen para realizar tres solicitudes principales: soporte al cliente, solución o aclaración de servicio y servicio técnico.

“A partir de 2020, las expectativas de los clientes cambiaron radicalmente. Hoy, los usuarios de servicios de telecomunicaciones buscan conectar con los proveedores de manera flexible, a través de todos los canales. Un soporte 24/7 y un servicio consistente a través de todos los puntos de contacto es esencial. En este sentido, el sector debe tomar ventaja de la tecnología existente para entender las necesidades de sus clientes y cerrar la brecha entre sus expectativas y el servicio ofrecido” añadió Arturo.

¹ <http://www.dbmarketing.com/2010/03/churn-reduction-in-the-telecom-industry/>

En el caso de una empresa española con presencia en el país, Atento contribuyó a atender -por canales digitales, de marzo 2021 a marzo 2022- cerca de medio millón de interacciones, es decir, un promedio de 35,800 interacciones por mes. Esto representó un crecimiento de 3X en atención por esa vía, en 12 meses.

“Uno de los mayores beneficios de la transformación digital es crear una relación más cercana con los clientes. Con la combinación correcta de tecnología, herramientas y prácticas de trabajo, es más fácil satisfacer las necesidades del cliente y adaptarse a sus expectativas cambiantes. En Atento contamos con la experiencia y capacidades necesarias para ayudar a nuestros clientes de este sector a mejorar su CX a través de una estrategia omnicanal, al tiempo que alcanzan sus objetivos de negocio”, finalizó Arturo.

Desde Atento se observa como en el futuro de CX es clave escuchar a los clientes para comprender sus necesidades y poder cumplir o superar sus expectativas, así como la importancia de la mejora constante. Es clave, porque los clientes quieren que se les ofrezca el mejor servicio, más rápido y más competitivo, y sus exigencias van a continuar aumentando. Por este motivo, desde la firma cada día son más conscientes de la necesidad de combinar las ventajas de la digitalización con el talento humano, y de esta forma ser capaces de cumplir con sus expectativas.

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

