



Tendencias que cautivan Clientes

CX memorables que transforman

ATENTO

WHITE PAPER

00 Introducción: La experiencia del cliente en el 2023

La experiencia del cliente, se entiende como los **sentimientos, pensamientos y percepciones** que obtiene un usuario a la hora de entrar en contacto con una marca o empresa, sin importar su canal de comunicación, pues dependiendo el tipo de servicio que este reciba, psicológica y emocionalmente, atribuirá características a la marca la cuales determinarán su **satisfacción, lealtad y calificación**.

Cuidar a los clientes, entregar un producto calidad y ofrecer una atención oportuna, es el inicio de un servicio excepcional, no obstante, este debe ser un **proceso de constante evaluación, seguimiento y asistencia** debido a las nuevas y cambiantes tendencias que surgen día a día. Los usuarios ya no se conforman con una atención al cliente fluida, necesitan una **hecha a su medida y para su especial atención**. Adicionalmente, en escenarios virtuales, las marcas se encuentran bajo mayor presión debido al gran abanico de servicios y oportunidades que la web pone a su servicio.

Por otra parte, las experiencias omnicanal se convertirán en **casi una exigencia**, pues los clientes se muestran inconformes ante las brechas existentes entre las tiendas físicas y los canales virtuales, ya que retrasan los procesos de atención y reconocimiento del perfil del consumidor. Así mismo, la tecnología será la gran aliada del CX, pues aportará al análisis de información y a la identificación oportunidades según las necesidades de cada usuario. Adicionalmente, **ofrecer elementos inmersivos** que coordinen con la parte emocional y conductual del cliente durante su journey, ayudará a **reforzar la identidad de la marca y a aumentar o generar la fidelización** en el público objetivo.

Más del 65 % de las empresas dicen que están aumentando el gasto en CX en 2023, en un promedio del 24 %.

*Metrigy



Los consumidores esperan que las marcas se anticipen a sus necesidades, por lo tanto, las empresas deben **conocer y entender** sus necesidades por medio del monitoreo de sus actividades, sin ir más allá de los **límites de la seguridad** de la información.

+ Ir más allá de la demografía

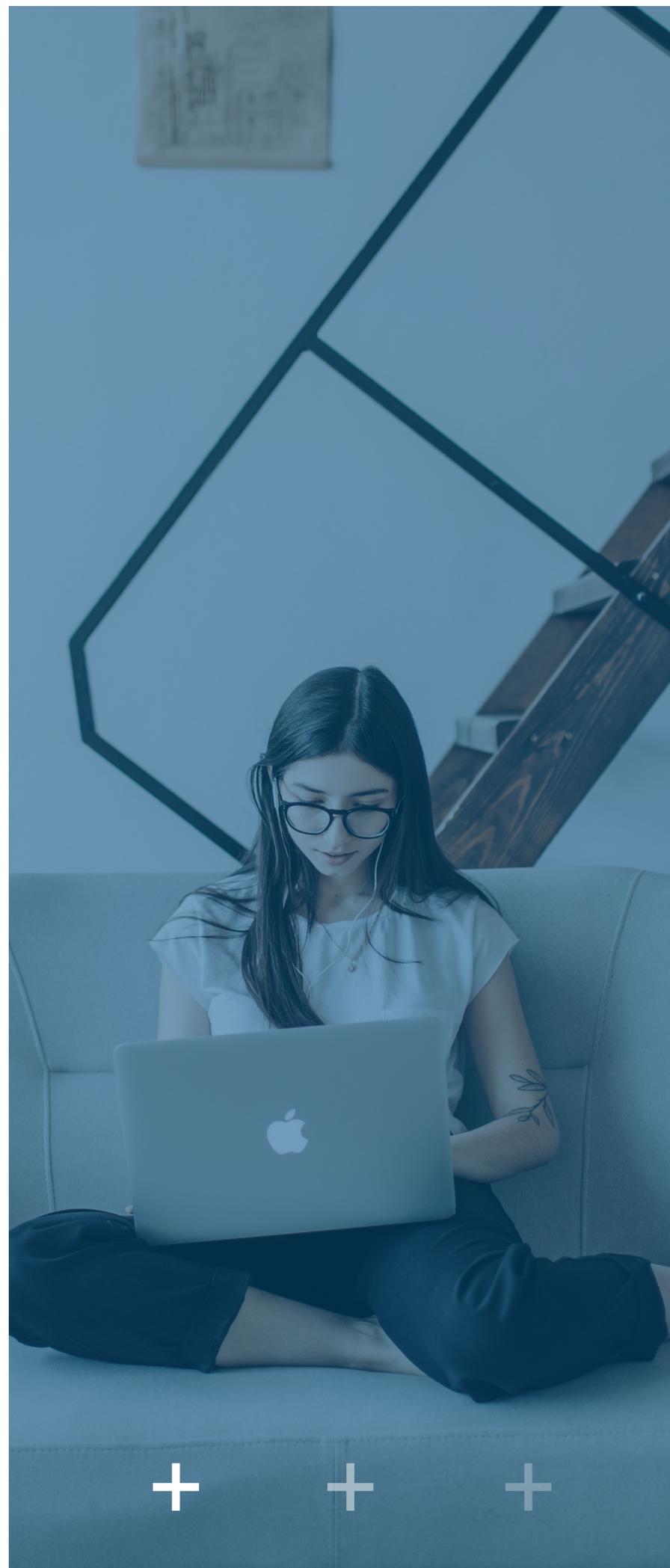
La segmentación de atributos es importante, no obstante fijar las acciones en una sola referencia geográfica no resulta útil ya que hoy en día, tu cliente objetivo, actual o futuro, se puede encontrar en cualquier parte del mundo.

+ Experimentación como inicio de la estrategia

Si bien las compañías trabajan sobre prueba y error para aumentar sus tasas de conversión, la experimentación debe enfocarse en el modelo de negocio, incluyendo procesos internos y formas de trabajo en los equipos.

+ Creación de contenido durante el proceso

Los embajadores de marca deben hacer parte del equipo de trabajo de las compañías. Los empleados tendrán que evolucionar hasta crear una marca personal en diferentes plataformas, enfocada en procesos internos de las empresas.





La humanización sobre todo

Asegurando una CX inolvidable

Humanización y personalización de relaciones, deben ser estrategias prominentes, esto significa que la relación debe ser pensada según los estándares individuales que el consumidor establezca, atendiendo a sus necesidades particulares y evitando parecer algo hecho a escala, es decir, “igual para todos”.

El cliente debe poder identificar que el camino fue construido especialmente para él y que la empresa pensó en satisfacer sus necesidades y no en mejorar sus números. Para ello, hoy existen muchas tecnologías y estrategias que facilitan el entendimiento y contribuyen para brindar un mejor servicio al consumidor por medio de la humanización.

Experiencias en tiempo real

Eliminar la fricción, los tiempos de espera y las dudas sobre cualquier proceso, sería posible por medio de un servicio en directo.

Las marcas como compañeras de vida

Crear cambios positivos en la experiencia de los clientes aportará a la satisfacción y fidelización.

La inmersión como parte de las experiencias

Gracias a la realidad aumentada, será posible que los clientes se sientan dentro de la atmósfera de marca e interactúen con los productos o servicios.

03 Soluciones **Atento**

Entregamos soluciones para todo el ciclo de vida de la relación con el cliente

En Atento, desarrollamos el customer journey, mediante la combinación de canales integrados y la automatización de procesos, permitiendo una visión más completa de toda la jornada. Así mismo, aplicamos **tecnología semántica y data science** para el análisis predictivo del mejor curso de acción (respuestas ágiles de los clientes), centrándonos en el **compromiso y la resolución eficiente** de problemas. Además, incluimos curación de contenido e integración de sistemas de servicio, incorporando el contacto humano según sea necesario, pues contamos con **agentes altamente calificados e inteligencia artificial** para anticipar las necesidades del cliente y brindar las ofertas adecuadas en el momento adecuado.

Adicionalmente, proporcionamos soporte continuo al cliente antes, durante y después de su experiencia de compra, y **administramos automáticamente** consultas como: Información de envío, inventario, estado de entrega y otras actividades mediante la implementación de IA en su flujo de trabajo administrativo.

Back Office + + +

Gestión y automatización de procesos comerciales integrados, desde análisis y control de captura de documentos hasta redacción y ejecución de contratos, soporte de ventas y servicio al consumidor durante todo el ciclo de relación con el cliente.

Customer Care + + +

Canales digitales y tradicionales integrados, que ofrecen las mejores experiencias de relación con el consumidor, centrándose en la resolución y la agilidad de manera efectiva.

Cobranza + + +

Una solución de cobranza que unifica y cubre cada etapa y cada canal, reuniendo varias características en una sola plataforma

Ventas + + +

Combinamos Data Science, marketing digital e inteligencia de mercado con nuestra experiencia para convertir ventas mientras reducimos costos.





ATENTO

