



La experiencia del cliente: El gran secreto de las Telcos exitosas

ATENTO

WHITE PAPER

En estos momentos las empresas del sector de las telecomunicaciones enfrentan una situación complicada debido a la alta competencia. Por ese motivo las estrategias de retención y fidelización de clientes son fundamentales, y los recursos utilizados en ellas no deben verse como un gasto sino como una inversión que hará la diferencia en el posicionamiento y la rentabilidad.

“Conquistar a un nuevo cliente cuesta de 5 a 7 veces más que mantener a un antiguo.”

Philip Kotler, padre del marketing según los expertos.

¿Y cómo garantizar la satisfacción de los clientes para que no migren a la competencia?

La respuesta está en la experiencia. Durante los últimos diez años, el CX se limitaba a brindar la atención requerida, de manera rápida y acertada; pero esta definición se ha expandido sustancialmente con la llegada de la revolución digital, y ya no basta sólo con poner al cliente en el centro de las operaciones tradicionales. Ahora, de la mano con el big data, la analítica de datos, el machine learning y otros desarrollos tecnológicos, se pueden ofrecer servicios mucho más sofisticados para crear experiencias novedosas y personalizadas.

Las empresas deben estudiar el viaje del cliente, de principio a fin, para determinar dónde hay puntos de fricción, y transformarlos en oportunidades de mejora. Así, trabajando en alianza con empresa experta en CX que a través de la consultoría, inclusión de tecnología y experiencia, para todas las etapas del journey, las empresas podrán desarrollar y ejecutar el plan más conveniente.



Las Telcos que manejan estrategias de CX a la altura de 2023 cuentan con una serie de ventajas sobre las que no:

- 1 Cubrimiento global de las necesidades de sus clientes por medio de atención omnicanal.
- 2 Reducción de gastos operativos debido a la implementación de bots de voz y texto.
- 3 Disminución en los tiempos de interacción cliente - agente y resolución de casos y consultas.
- 4 Posibilidad de anticiparse a situaciones negativas y de hacer ventas cruzadas, gracias al análisis de datos y seguimiento del customer journey ejecutado por software especializado.
- 5 Mejora en el Good Will a consecuencia del voz a voz de clientes satisfechos.
- 6 Aumento verificable de la lealtad y la retención de clientes.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante saber qué tipo de experiencias son las que marcan la diferencia en la atención al cliente en estos momentos, y que especialmente las Telcos, donde la volatilidad de los usuarios es superior a otros sectores, no pueden dejar de incluir en sus estrategias de CX.

El 73% de los clientes ahora dicen que CX es lo primero que consideran al decidir si comprar a una empresa.

*Datos estudio PWC

La primera es la omnicanalidad. Saber en qué canales se mueve el cliente de manera natural y hacer presencia en ellos facilita la comunicación y al mismo tiempo genera un sentimiento de confianza. Es importante tener en cuenta que no basta con ofrecer atención en los múltiples canales análogos y digitales identificados, sino que la información en todos éstos debe estar unificada y actualizada de modo que la comunicación sea fluida, sin importar por cuál medio se haga el contacto.

La segunda es utilizar el análisis de datos para personalizar los productos o servicios y la manera de presentarlos a los clientes. Ofrecer directamente un producto o paquete diseñado de manera especial, teniendo en cuenta las necesidades, intereses, hábitos de consumo, y canales frecuentados, reduce sustancialmente la posibilidad de un rechazo por parte de un cliente, en comparación con una propuesta genérica.

01 | La experiencia del cliente: El gran secreto de las Telcos exitosas

Y la última pero de ninguna manera menos importante, es mantener el toque humano dentro de la comunicación digital. Las herramientas tecnológicas son indispensables dentro de las estrategias de experiencia del cliente para recolectar y analizar datos, reducir costos y tiempos de respuesta, y brindar un servicio más eficiente y escalable. Pero utilizarlas no debe implicar una comunicación fría e impersonal. El toque humano siempre va a ser la mejor herramienta para obtener una conexión con el cliente. Para lograrlo, además de brindar respuestas coherentes y oportunas, es importante poner atención al lenguaje. Los bots de texto y voz deben expresarse de forma cercana, empática y acorde con el cliente. Adicionalmente, las empresas deben ser proactivas, hacer seguimiento de sus clientes, y establecer conversaciones para que estos se sientan respaldados. Así mismo, sin importar cuáles herramientas tecnológicas se estén utilizando para atender a los clientes, las empresas deben tener a su disposición personal experto para atender consultas y responder preguntas, en caso de que sea necesario.

El 66% de los consumidores que a menudo interactúan con el soporte dijeron que una mala interacción con una empresa puede arruinarles el día.

*Informe de tendencias de CX de Zendesk 2023.

En conclusión, si bien optimizar la experiencia del cliente a través de las herramientas digitales se ha convertido hoy en día en una necesidad para las empresas de todos los sectores de la economía, para las empresas del sector de las telecomunicaciones es una obligación si se pretende lograr una diferenciación que las destaque de su competencia dentro de la industria. Diseñar e implementar las estrategias de CX adecuadas requiere el acompañamiento de una entidad especializada en el tema. Trabajar de la mano con el aliado adecuado tiene un gran impacto en el camino al éxito.



En atento nos esmeramos por lograr conexiones más gratificantes con nuestros clientes. Manejamos soluciones novedosas y personalizadas, que integran canales digitales y tradicionales para ofrecer la mejor experiencia durante todo el journey. Hacemos uso de la automatización inteligente, el data science y la analítica, entre otras herramientas tecnológicas, unidas con la calidez del trato humano, para garantizar la satisfacción de los clientes, y por consiguiente el incremento de la tasa de retención.

Servicios Atento para Telco:

Servicio al cliente:

- Dispositivos.
- Configuración de correo de voz.
- Restablecimiento de contraseña.
- Punto de acceso móvil.
- Facturas y pagos.
- Tarjetas SIM.
- Administración de servicios.
- Dirección de la tienda.
- Suscripción.
- Administración de cuentas.

Back-Office:

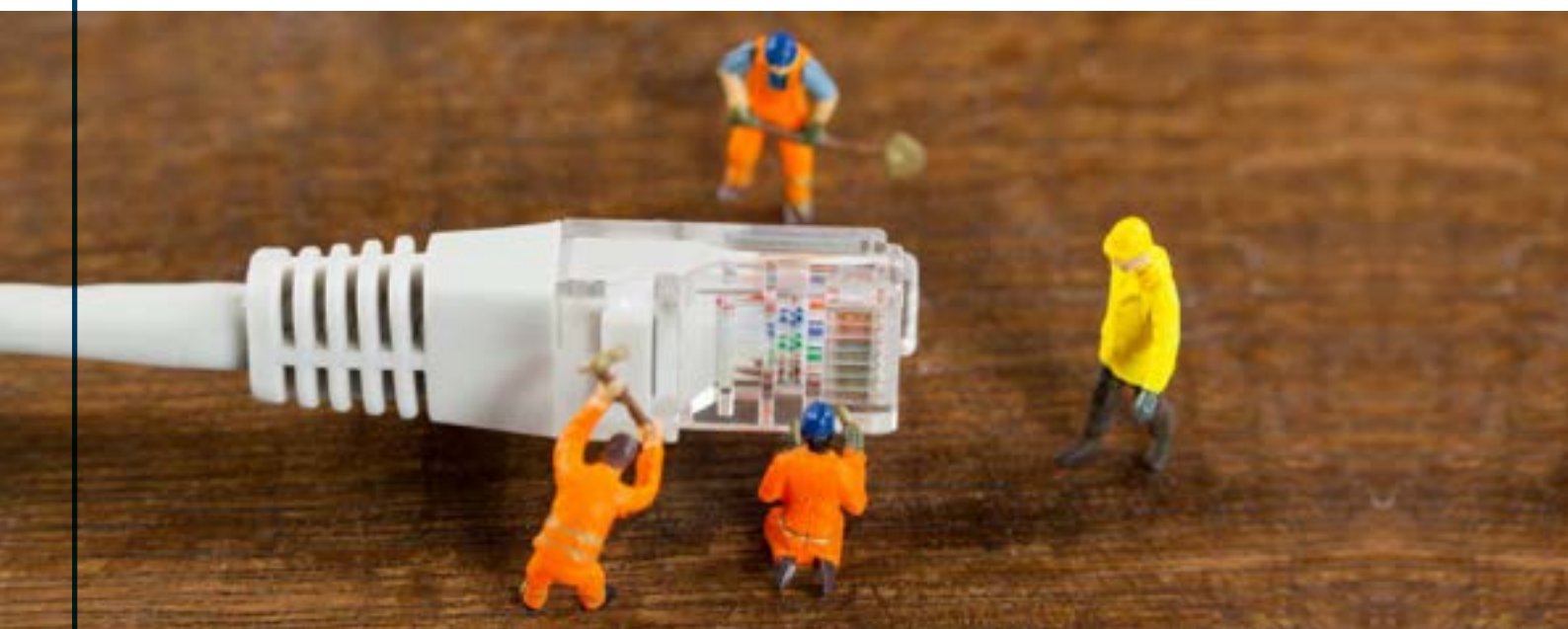
- Gestión de Asistencia Técnica (Campo).
- Soporte de contratos legales.

Ventas:

- Asistencia de compras en vivo.
- Compra de dispositivos y teléfonos.
- Planes.
- Seguro de dispositivos.

Soporte técnico:

- Soporte al cliente B2B.
- Conectividad.
- Red y puntos de acceso.
- Soporte de ventas.
- Soporte de dispositivos.



ATENTO



Chatea con
nuestro equipo



Visita nuestro
Sitio Web



solucionesmksur@atento.com.co



www.atento.com



Atento



Leading
Next Generation CX