



Los poderosos beneficios del soporte omnicanal

Imagina que decides adquirir un producto a través de *Ecommerce* (comercio electrónico) por el excelente precio que ofrece. Al recibirlo, te das cuenta que no es lo que esperabas. Comienzas el proceso de devolución, el cual se ve empañado por agentes de servicio lentos, correos electrónicos que no resuelven el problema y conversaciones por chat que resultan inservibles. ¿Volverías a comprar a través de ese medio?

Empresas lineales

Hoy, las empresas siguen lidiando con este tipo de situaciones. Mientras más abran sus horizontes a nuevos canales de atención, más lealtad tendrán de parte de sus clientes. Damian Gona, Gerente Regional para LATAM y México de Zendesk, comenta que “aunque muchas tiendas tienen canales eficientes para vender sus productos, si no cuentan con un servicio al cliente eficaz e integral, difícilmente podrán retener a usuarios satisfechos con su atención y eficiencia para resolver problemas.”

Clientes distintos

Los consumidores de hoy son distintos a los de hace 10, 5 o 2 años. Las nuevas generaciones pueden hacer comparaciones para tomar decisiones sobre qué producto o servicio es mejor. Con la facilidad que tienen para acceder a cualquier información; la insatisfacción de un usuario puede resultar en una reputación negativa para la empresa. 74% de las personas que realizan una compra, hacen una comparación previa en internet, de acuerdo a un [estudio realizado por la Asociación Mexicana de Venta Online \(AMVO\) y el Interactive Advertising Bureau México \(IAB México\)](#).

Soluciones diversas

Es necesario integrar las estrategias de atención sin importar si la interacción con el usuario se produce a través de un chat, llamada telefónica o en redes sociales. El estudio [A Retailer's Guide to Getting Omnichannel Customer Service Right](#), realizado por **Zendesk**, menciona que el 64% de los clientes esperan recibir asistencia en tiempo real, independientemente del canal que ellos usan. El 87% piensa que las marcas deben esforzarse más para brindar una experiencia de servicio satisfactoria y sin inconvenientes.

Para Alex Barrera, VP de **Zendesk** para Latinoamérica “la omnicanalidad evidencia la tendencia de las empresas a ser abiertas con los usuarios y permitirles elegir el camino que prefieran para resolver sus inquietudes”.

Este año **Zendesk** organiza [Zendesk Presents: el futuro del Customer Experience](#), evento donde reunirá a líderes mexicanos y de latinoamérica, comprometidos con la reinversión de las relaciones y diseño del futuro de la experiencia del cliente.

Si quieres conocer más acerca de Zendesk y Zendesk Presents visita www.zendesk.com.mx o www.zendeskpresents.com.mx/ y comienza a disfrutar de una experiencia omnicanal.



###

Acerca de Zendesk

Zendesk crea software para mejores relaciones con los clientes. Empodera a las organizaciones para aumentar la efectividad del contacto y comprensión de sus clientes. Cuenta con aproximadamente 119,000 clientes en más de 160 países y territorios que usan productos de Zendesk. Con sede en San Francisco, Zendesk tiene operaciones en Norteamérica, Europa, Asia, Australia y Sudamérica. Para más información visita www.zendesk.com.mx

CONTACTO

Another Company

Lorena Márquez

lorena@anothercompany.com.mx

55 1014 0564

María Huitrón

guadalupe@anothercompany.com.mx

55 4036 4508