



## El arte de la queja: El servicio al cliente en tiempos de Internet

- *Los consumidores quieren ser escuchados y las empresas desean prestarles atención, pero debe existir un buen canal de comunicación que permita a ambos comprender sus necesidades.*

**Ciudad de México a 14 de junio del 2016.-** Aunque es frecuente ver en foros y redes sociales quejas de consumidores frustrados, las reclamaciones no siempre llegan a una resolución. **Zendesk**, la plataforma líder basada en la nube que ayuda a las empresas a ofrecer un mejor servicio de atención, presenta cinco puntos para crear un canal de comunicación que permita tanto a clientes como a compañías, descifrar el arte de la queja.

### 1. La tecnología está a nuestro favor:

La atención telefónica es uno de los métodos que las personas utilizan con más frecuencia para comunicarse con una firma o marca; sin embargo, el desarrollo tecnológico ha favorecido el surgimiento de nuevos canales de contacto como el *chat* en línea o el *e-mail*. Sin importar qué canal utilicen para presentar su queja –ya sea una red social o una aplicación móvil–, la tecnología es un vínculo fundamental para que las compañías “escuchen” a los usuarios y les ofrezcan una buena experiencia de servicio.

### 2. Se recurre cada vez más al autoservicio:

En cuanto a experiencia del cliente, existe una tendencia al autoservicio. ¿Por qué? En los últimos años nos hemos vuelto más autosuficientes y tenemos un acceso considerable a la información gracias a Internet. En este aspecto, se pueden establecer sitios *web* corporativos que implementen secciones de preguntas y respuestas, guías de uso o videos sobre cómo manejar determinado producto, entre otras.

### 3. Los centros de atención han evolucionado:

Antes, era indispensable hacer encuestas y considerar la retroalimentación del usuario para tomar decisiones. Actualmente, existen herramientas analíticas que extraen la información más valiosa para predecir, e incluso anticipar, las necesidades de los clientes. Otra de las tendencias es el paso de la multicanalidad a la omnicanalidad, es decir, “estar en todos los medios al mismo tiempo”; la clave aquí es saber cuáles son los canales que el mercado requiere.

### 4. Somos personas atendiendo a personas:

Cuando se habla de centros de contacto, es común asociarlos con mala organización, o con minutos eternos de espera al teléfono para realizar una solicitud. En muchos casos, la gente se predispone a recibir un servicio deficiente antes de llamar, y olvida que su opinión es importante para generar soluciones efectivas a sus problemas. **María**



**Eugenia García Aguirre**, directora general del Instituto Mexicano de Teleservicios, explica que *“conocer la experiencia del cliente implica inversión, y en primer lugar deben estar los centros de contacto, ya que éstos desarrollan y generan un ambiente propicio para aceptar temas de innovación y mejoras a la organización. El reto más importante es comprender que somos personas atendiendo a personas.”*

#### **5. Quejarse es un arte:**

Las redes sociales se han convertido en una vía oportuna y rápida de presentar una queja. Sin embargo, los comentarios que se reciben a través de estos medios no siempre son amables y cuando resuelven el problema, no obtienen el mismo nivel de respuesta para felicitarlos. ¿Podemos evitar que las industrias ignoren a sus seguidores, y que los usuarios peleen por obtener resultados? Por un lado, es posible ejercer nuestros derechos de forma atenta como usuarios, y en el lugar de las compañías, es necesario que sus actividades diarias se basen en la innovación para manejar la información que obtengan de los consumidores.

**Zendesk** permite a las empresas acercarse al público y ganar su confianza a través de un *software* único que mejora la experiencia del servicio al cliente y favorece la evolución, misma que dependerá, en gran parte, del tratamiento que brinden al *Big Data* que obtengan para discontinuar o a mantener aquellas prácticas que los alejan del fracaso y les garanticen el éxito.

###

#### **Acerca de Zendesk**

Zendesk ofrece un plataforma de servicio al cliente diseñada para acercar a las organizaciones con sus clientes. Con más de 75,000 clientes de pago, los productos de **Zendesk** son utilizados por organizaciones en 150 países y territorios en más de 40 idiomas. Fundada en 2007 y con sede en San Francisco, **Zendesk** opera en los Estados Unidos de Norteamérica, Europa, Asia, Australia y Sudamérica. Para saber más, visite [www.zendesk.com.mx](http://www.zendesk.com.mx)