



¿Cómo ganar el juego del servicio al cliente?

Mejorar la experiencia del cliente permite la construcción de relaciones comerciales más sólidas a mediano y largo plazo.

En el mundo que conocemos, las empresas deben cubrir de forma correcta todos los procesos que llevan a cabo para poder ser exitosas: desde la fabricación de un producto o servicio, hasta la entrega del mismo; sin embargo, es necesario ir más allá de sólo cumplir al cliente con lo básico. Si las compañías quieren diferenciarse, deben brindar una experiencia única y completamente satisfactoria a los usuarios.

Por esta razón existe una gran área de oportunidad en las empresas para atender a sus clientes y brindarles una grata experiencia en la compra de sus productos o servicios. Si un cliente es subestimado y maltratado pronto se va y las ventas se ven afectadas.

Zendesk, empresa con más de 100,000 cuentas pagadas de clientes y presencia en 150 países y territorios, con un portafolio disponible en más de 40 idiomas, ofrece una plataforma diseñada para acercar a las organizaciones con los mismos, nos presenta algunos puntos clave para mejorar la experiencia de los usuarios:

- **Guía de conocimientos y autoservicio**

Zendesk Guide, es solución basada en el conocimiento inteligente que combina el conocimiento colectivo de una organización con la tecnología Machine Learning (ML) para ofrecer una mejor experiencia al cliente. Este software permite a los agentes encargados de servicio al cliente, resolver consultas con información contextual y brinda a los clientes soporte para autoservicio con el poder de ML. El resultado para los clientes, es un mejor soporte, respuestas más rápidas, y resultados desde cualquier lugar.

- **Chat en vivo**

Tener un chat en la página Web de la compañía permite establecer un vínculo personal con los clientes que necesitan ayuda inmediata. **Zendesk Chat** es una forma rápida y eficaz de ofrecerles ayuda porque les permite continuar con sus tareas cotidianas. A través de este medio incluso se pueden comunicar con los clientes antes que hagan una pregunta.

- **Iniciando la conversación**

“Aún existen muchos clientes que prefieren tener una conversación telefónica. Además de los millennials y usuarios que viven conectados a las redes, hay todavía clientes que encuentran mayor satisfacción al resolver sus problemas utilizando el teléfono” comenta Marcio Arnecke, Director de Marketing de Zendesk para América Latina.

Productos como **Zendesk Talk**, software para call centers basado en la nube que se integra a la perfección con el sistema de creación de tickets y que ofrece soporte telefónico desde la misma plataforma que usan para administrar los demás canales. Teniendo a mano el historial completo del cliente y contando con la creación automática de *tickets* y la grabación de llamadas, los agentes pueden poner toda su atención en las conversaciones en lugar de ocuparse de otras tareas del trabajo.



- **Cómo aprovechar las Redes Sociales**

Siendo el canal de comunicación digital más popular, la mensajería le brinda a los negocios la oportunidad de llegar a una nueva generación de clientes. Es un canal de soporte disponible en todo momento y está convirtiéndose en un impulsor importante de satisfacción del cliente.

Facebook y Twitter son dos de las redes sociales líderes en el mundo. De acuerdo con estudios realizados por IAB (Interactive Advertising Bureau) México, la penetración de Facebook en la población internauta mexicana es de 97%, mientras que de Twitter es de 59%. Para este tipo de usuarios, **Zendesk Message** trae un software de mensajería que ayuda a las empresas a interactuar con los clientes a través de estas aplicaciones.

No podemos olvidar que en el mercado actual, será muy complicado ser los únicos que brindemos ciertos productos o servicios, por lo que será clave dar el *plus* a través de un servicio que genere compromiso y clientes a largo plazo. Si atendemos de forma eficaz a diversos usuarios a través de todos los medios disponibles, será más fácil ganar el juego del servicio al cliente.

Acerca de Zendesk

Zendesk ofrece un plataforma de servicio al cliente diseñada para acercar a las organizaciones con sus clientes. Con más de 100,000 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