

# Un servicio más fácil, rápido y personalizado es importante

El servicio al cliente de los bancos suele convertirse en un desafío tanto para los clientes como para los empleados. Resuelve las consultas sin quebraderos de cabeza y mejora la satisfacción de tus clientes con 6 pasos que te permitirán simplificar el servicio.

## Simplificar el servicio beneficia tanto a tus clientes como a tus empleados.

- La imprevisibilidad que conllevan las preferencias de los clientes y las variaciones de volumen de trabajo exigen que los bancos sean capaces de adaptarse y ampliar sus canales rápidamente y con las experiencias contextuales a las que están acostumbrados sus clientes.
- Las barreras existentes en las interacciones de servicio de antaño provocan que a los clientes les resulte más difícil resolver digitalmente los problemas y, además, frustran a los empleados del middle office y el back office, que se ven abrumados por el trabajo manual y duplicado. Es fácil seguir haciendo las cosas como hasta ahora, pero la automatización inteligente hace posible que los bancos líderes ofrezcan a sus clientes una solución que dé prioridad a lo digital y, al mismo tiempo, ayuda a los bancos a realizar el trabajo sin dificultades.
- ¿Y cuál es el beneficio más importante? Muy sencillo: **la satisfacción del cliente.**

## ¿Qué hace falta para ganarse a los clientes de por vida?

La respuesta seguramente es más sencilla de lo que crees. Aquí va una pista: tus formas de interactuar, tus procesos de servicio y tus sistemas heredados, si están desfasados, no están ayudando en absoluto. Es necesario simplificar las interacciones de servicio, independientemente de cómo interactúen tus clientes contigo. Con ello, tus clientes estarán más felices, tus empleados estarán más satisfechos y, además, ahorrarás en gastos.

Identificar si hay que sustituir o aumentar el servicio al cliente existente puede ser todo un reto. La buena noticia es que se puede optimizar la forma en que se realiza el trabajo sin reemplazar el servicio al cliente actual. Hemos determinado 6 sencillos pasos para ayudarte a analizar tanto el servicio que ofreces como el trabajo que se realiza.

**Reduce el tiempo medio necesario para procesar casos y el volumen de llamadas, y consigue así un retorno de la inversión del 289 % por cada 2000 agentes.** Cuando los clientes interactúen, guía a los agentes para que ofrezcan un mejor servicio y con mayor rapidez. Evita los bloqueos internos con una gestión de casos que ofrezca un procesamiento guiado y permita ver el contexto del cliente. Permite que tus centros de contacto se puedan enfocar en hacer recomendaciones en tiempo real. Haz que las tareas repetitivas y la introducción manual de datos sean cosa del pasado.

“Nos propusimos crear una solución integrada que permitiera satisfacer las necesidades de los clientes y superar sus expectativas.”

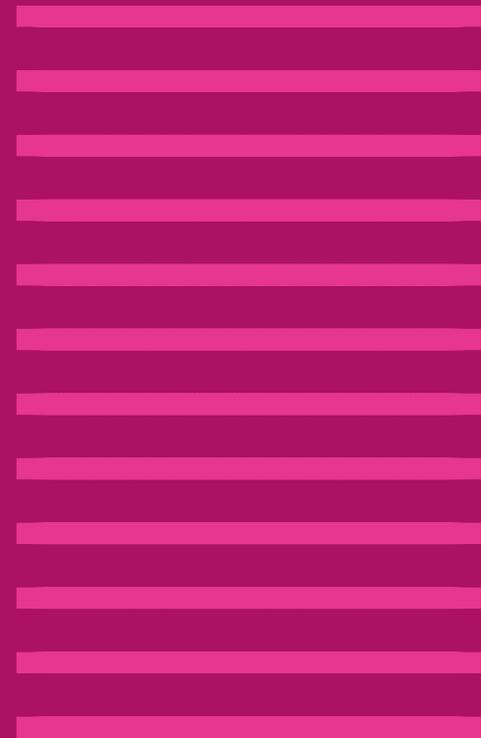
**Jim Bush, vicepresidente ejecutivo del Servicio Internacional de American Express**



# 6 pasos para simplificar el servicio

Sea cual sea la función que desempeñes en el equipo de servicio al cliente de tu organización —ya sea liderar la estrategia global o entregar un mejor servicio en el centro de contacto—, es probable que te estés esforzando por lograr que el servicio sea más rápido, más sencillo y esté más centrado en el cliente. Sin embargo, debemos ser realistas: lograr un servicio sin complicaciones no es una tarea sencilla. Con un número cada vez mayor de canales disponibles y unas expectativas que cambian rápidamente, el servicio suele estar lleno de complejidad. Una nueva generación de tecnología de servicio al cliente puede ayudar a tu equipo a reducir esta complejidad para tus clientes, agentes y administradores de todos los puntos de contacto de servicio.

**Si buscas formas de simplificar las experiencias de servicio, empieza con estos seis pasos.**



## TENDENCIA 1

# Adopta una estrategia sin canales

Para simplificar el servicio y lograr una visión omnicanal, se debe comenzar adoptando un enfoque nuevo. Generalmente, muchas empresas caen en la trampa de enfocarse en cada canal individual en el que proporcionan asistencia, por ejemplo, cuando deciden invertir en una aplicación móvil o chatbot independiente nuevo. A partir de aquí, desarrollan la lógica y la toma de decisiones en cada aplicación o bot y, a continuación, hacen el hard-coding de dicho elemento en el canal. Cada vez que incorporas un canal nuevo, o que necesitas hacer un cambio, acabas teniendo que gestionar el código en cada canal por separado. A la larga, esto genera más complejidad en toda la empresa.

Aquí es donde entra en juego la estrategia sin canales. A diferencia de los enfoques que se centran en los canales, un enfoque sin canales le permite a tu empresa **diseñar del centro hacia afuera**, considerando el customer journey de manera centralizada, en lugar de hacerlo en cada canal individual. Al centralizarte en torno a los resultados de los clientes, puedes desarrollar la lógica una única vez y luego activarla en cada canal que brinda asistencia para crear una experiencia consistente en cada interacción. Esto significa que, independientemente del canal que usen tus clientes, recibirán el mismo servicio de calidad.



Un enfoque sin canales le permite a tu empresa **diseñar del centro hacia afuera**, centrándose en el customer journey de manera centralizada, en lugar de hacerlo en cada uno de los canales.

## TENDENCIA 2

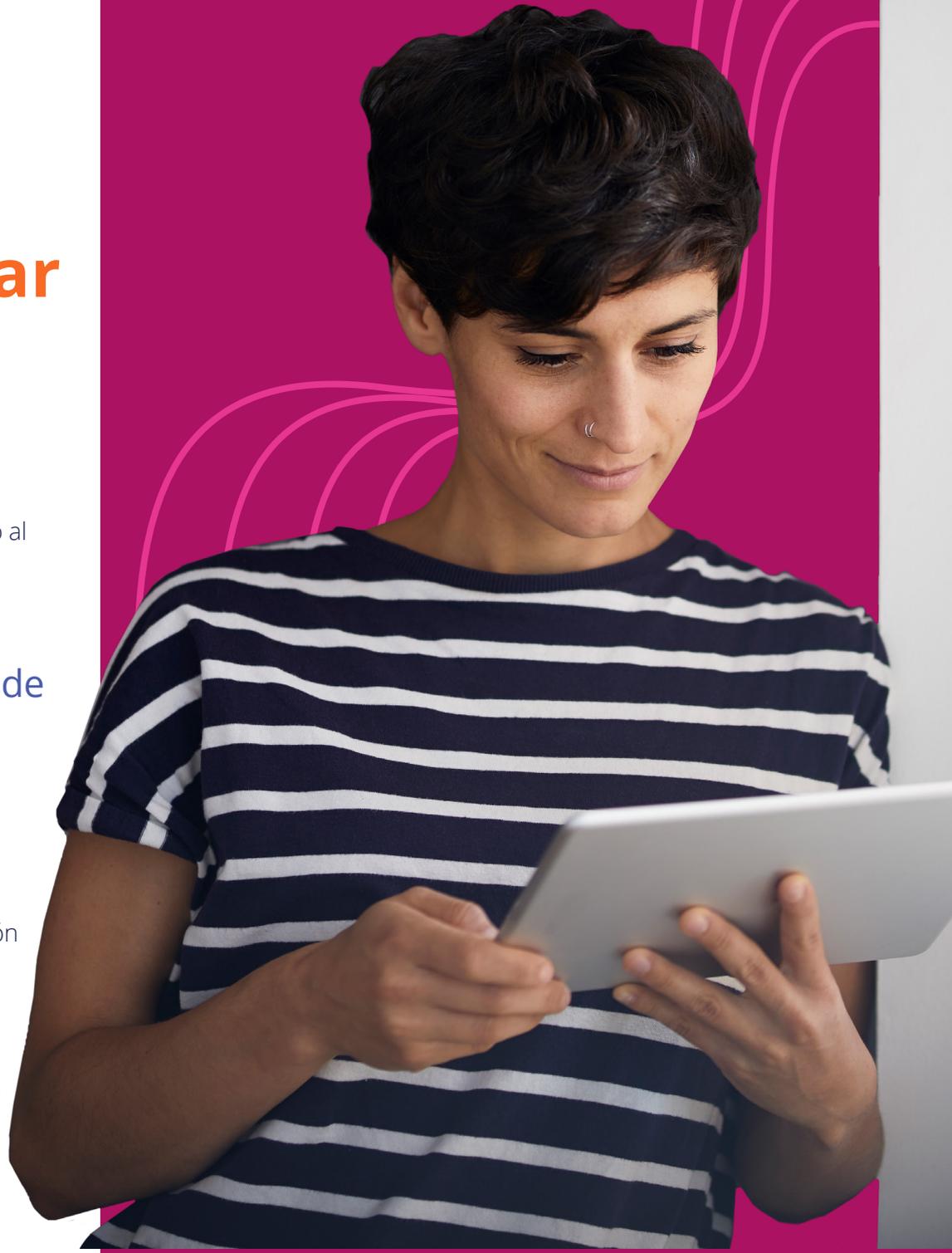
# Deja de automatizar el flujo de trabajo y empieza a automatizar el trabajo

¿Las tareas repetitivas y costosas ralentizan a tu equipo? La automatización inteligente es una excelente manera de eliminar la complejidad y aumentar la eficiencia de tus operaciones de servicio al cliente.

**La gestión de casos multidimensional** puede ayudarte a organizar el trabajo desde el momento en que se inicia una consulta hasta su resolución.

Esto se realiza definiendo cada paso y etapa del customer journey pertinente y trasladando el contexto completo de la necesidad del cliente durante todo el proceso. Al combinarlo con la automatización robótica de procesos, tanto asistida como sin supervisión, puedes implementar bots para que realicen parte del trabajo que es necesario, pero tedioso.

Tus agentes pueden olvidarse de aquellos días en que el trabajo se redirigía de un departamento a otro y tus clientes pueden ver sus problemas resueltos con mayor rapidez.



### TENDENCIA 3

# Contextualiza el autoservicio para conseguir una mayor contención

El aumento de la demanda y del volumen de interacciones puede ocasionar una gran carga para tu equipo de servicio al cliente. Para contener y desviar más consultas, resolver los problemas más rápidamente y reducir los gastos generales, puedes implementar el autoservicio contextual, lo cual garantiza experiencias de servicio más sencillas para los clientes y los agentes por igual.

Las estrategias tradicionales de autoservicio generalmente dependen de enfoques centrados en los productos, que muchas veces no pueden garantizar la contención ni ofrecer una resolución en el momento de necesidad. Por otra parte, el autoservicio contextual optimiza todos tus canales para enfocarse en cada customer journey individual. Al adoptar este enfoque, puedes interactuar con tus clientes estén donde estén, manteniendo el nivel de servicio elevado. Por lo tanto, ya sea si se comunican a través de una aplicación móvil, con un agente virtual inteligente, con un sistema de respuesta de voz interactiva (IVR) o en un portal web personalizado, tus clientes pueden iniciar, consultar e incluso resolver casos **sin la interacción de una persona**. Además, con la ayuda de la inteligencia artificial (IA), los canales de autoservicio pueden utilizar los datos históricos y en tiempo real, además de los eventos recientes, para comprender mejor por qué un cliente solicita ese servicio en primer lugar. Esto reduce las colas de tus agentes y puede liberarlos para que dediquen su tiempo y energía a las consultas en las que la intervención de una persona es necesaria.



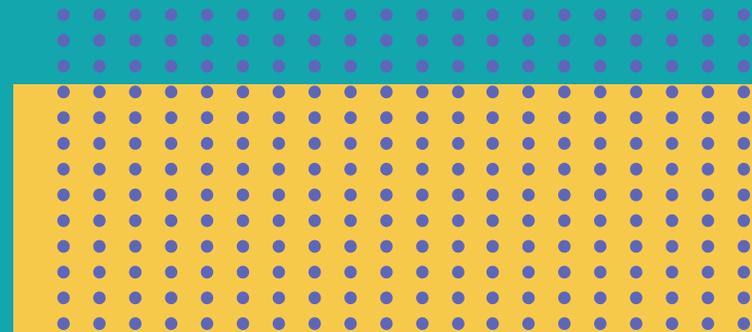
## TENDENCIA 4

# Detén el interminable ciclo de “Alt+Tab”

Una de las frustraciones más grandes para los representantes de servicio es tener que ir cambiando de ventanas y aplicaciones para poder acceder a la información correcta. Al unificar tus aplicaciones de servicio al cliente en un solo escritorio de agente, los agentes pueden acceder a la información que necesitan para proporcionar un servicio al cliente de excelente calidad. Gracias a una vista consolidada que consulta la información en los sistemas heredados, los canales, los datos de interacciones e incluso el historial de servicio, tus agentes pueden comprender rápidamente el contexto completo de cada cliente y obtener información relevante para la interacción actual.

Mejor todavía: si ofreces servicios en varios canales digitales, un escritorio optimizado puede ayudar a los agentes a administrar simultáneamente varias conversaciones, todo desde el mismo panel. Ahora un agente puede contestar una consulta en Facebook Messenger, cambiar sin problemas a Twitter para responder a un tuit y luego resolver rápidamente una queja por SMS; todo sin tener que cambiar de aplicaciones.

Al unificar tus aplicaciones de servicio al cliente en un solo escritorio de agente, los agentes pueden acceder a la información que necesitan para **proporcionar un servicio al cliente de excelente calidad.**



## TENDENCIA 5

# Haz la transición de un sistema de información a un sistema de conocimiento

No puedes resolver la complejidad del servicio con otro sistema de información, uno en el que tus agentes estén obligados a buscar en un archivo virtual de datos para encontrar la información que necesitan para atender a los clientes. Requiere demasiado tiempo, y existe la posibilidad de que se pierdan elementos esenciales de la información. Un sistema de conocimiento especial puede ayudar a simplificar las experiencias y **eliminar los potenciales puntos ciegos**.

La inteligencia artificial (IA), la toma de decisiones y la gestión de casos les permiten a los agentes acceder a recomendaciones en tiempo real y conocimientos relevantes en los momentos que importan. La inteligencia artificial (IA) puede determinar automáticamente la intención y conectar los puntos en las interacciones a fin de guiar a los representantes de servicio a que entablen las conversaciones correctas y conozcan mejor las necesidades específicas de cada cliente.



## TENDENCIA 6

# Resuélvelo antes de que suene el teléfono



El futuro del servicio al cliente reside en anticipar las necesidades de los clientes, muchas veces incluso antes de que se den cuenta de que tienen esa necesidad. La implementación de un servicio proactivo y preventivo elimina la carga de responsabilidad que tienen los clientes y reduce la propensión general a las llamadas. El servicio proactivo y preventivo se vale de la inteligencia artificial (IA), la detección de patrones y los desencadenadores de eventos para detectar momentos de necesidad cuando surgen o incluso antes.

Por ejemplo, antes de que un cliente se dé cuenta de que tiene poco saldo en su cuenta bancaria, el servicio proactivo le permite a tu organización informarle sobre el asunto e incluso hacerle una oferta, como la protección de descubierto. Esto genera una impresión positiva en tus clientes y les da la sensación de que estás pendiente ellos. Además, gracias a la implementación de la automatización y las técnicas de contención eficaces, es posible que el servicio proactivo y preventivo pueda solucionar el problema sin intervención humana.

Lo más probable es que hayas estado buscando formas de simplificar el servicio que proporcionas desde hace algunos años, pero quizá consideres que el enfoque apropiado está fuera de tu alcance. Ahora, con una nueva generación de tecnología de servicio al cliente que funciona con inteligencia artificial (IA), la automatización y una arquitectura Center-out™, puedes lograr que las experiencias de servicio sean más sencillas para tus clientes, agentes y equipos de TI. Estos seis pasos representan métodos clave para poder eliminar la complejidad, desde la implementación hasta la entrega de un servicio excepcional.

**¿Estás listo para simplificar tu servicio? Pega está aquí para ayudarte. Obtén más información en [pega.com/es](https://pega.com/es).**



## Acerca de Pegasystems

Pega ofrece un software innovador que permite eliminar la complejidad de las empresas. Empezando por aumentar el valor del tiempo de vida del cliente y acabando por simplificar los servicios para mejorar la eficiencia, ayudamos a las principales marcas del mundo a resolver problemas de manera rápida y a transformarse para el futuro. Los clientes de Pega toman mejores decisiones y consiguen hacer su trabajo gracias a la IA en tiempo real y a la automatización inteligente. Desde el año 1983 hemos desarrollado nuestra arquitectura evolutiva y plataforma low-code para adelantarnos a los cambios rápidos. Nuestras soluciones permiten ahorrar tiempo para que los empleados y los usuarios de nuestros clientes puedan centrarse en las tareas más importantes.