



Ebook

Transformando el ADN del equipo de tu Servicio al Cliente B2B

Un asistente digital para la bandeja de entrada compartida



Índice

Sobre este ebook.....	3
Introducción.....	4
Examen de las bandejas de entrada compartidas tradicionales	6
Beneficios de un asistente digital.....	8
Una visión unificada para las comunicaciones con el cliente	10
Una historia de éxito: Palmer Holland	16
Conclusión	17
Referencias	18
Sobre Esker.....	19

Sobre este ebook

Todo el mundo entiende que el Servicio al Cliente juega un papel significativo en el éxito de una organización. Sin embargo, lo que muchos líderes empresariales a menudo no saben es “el qué, el por qué y el cómo” que hay detrás de algunos de los problemas recurrentes que parecen inherentes al ADN de muchos equipos de Servicio al Cliente. Y estos problemas pueden frenar el crecimiento y estancar el progreso cuando más se necesita.

Este ebook pretende responder esas preguntas examinando algunas tendencias recientes del Servicio al Cliente, abordando el tema que todo el mundo trata de evitar (las bandejas de entrada compartidas), y explorando los beneficios de emplear un asistente digital para ayudar a que sus agentes del Servicio al Cliente trabajen de manera más inteligente, no más dura.

¿Atención, asistencia o servicio?

Este ebook adopta el término **Servicio al Cliente**, ya que abarca una amplia gama de actividades, interacciones y procesos que contribuyen al concepto mucho más amplio de experiencia del cliente (CX).

Sin embargo, lo llames como lo llames —atención, asistencia, servicio— depende de ti. Porque, aunque las definiciones y las funciones pueden variar de una empresa a otra, el objetivo común sigue siendo el mismo: ¡La satisfacción del cliente!

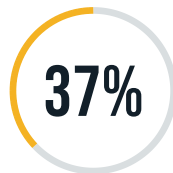
Introducción

Un mar de cambios en las actitudes del consumidor

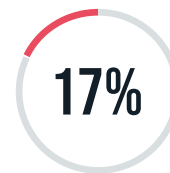
El carácter disruptivo de los últimos años ha servido no solo para acelerar las tendencias subyacentes de Servicio al Cliente, sino para impulsar también a muchos consumidores B2C –un 50%, para ser precisos¹ – a cambiar sus objetivos y prioridades. Este rápido cambio de perspectiva no afectó solo a sus experiencias personales (es decir, B2C), sino que también conformó las profesionales (es decir, B2B). Por ejemplo, al tomar decisiones sobre los pedidos, ya no se espera, sino que se exige, que haya **velocidad, una conexión personal y competencia digital**. Un ejemplo:



Aproximadamente **3 de cada 4 clientes B2B más jóvenes** ("millennials" y generación Z) pagarían una prima por un servicio al cliente proactivo y predictivo.²



Un estudio reciente reveló que los **clientes B2B son un 37% más propensos** a comprar más de empresas que escuchan e incorporan comentarios sobre el Servicio al Cliente.³



Solo el **17% de las empresas** afirman que su experiencia digital (DX) va por delante de las expectativas del cliente, mientras que el 24% declara que su DX están a la zaga de las expectativas actuales.⁴

Un nuevo estándar en el Servicio al Cliente

Los cambios en los hábitos del consumidor no son la única falla activa sobre la que reposan los cimientos del Servicio al Cliente tradicional. A medida que las empresas compiten para diferenciarse en el panorama digital, ellas mismas también están abriendo nuevas perspectivas.

Consecuentemente, el Servicio al Cliente – en otros tiempos, un mero centro de costes cuya función principal era la resolución de problemas transaccionales– se considera cada vez más como una operación que genera valor añadido, capaz de dar forma a la experiencia de cliente en su totalidad, y que impulsa el crecimiento a largo plazo de la empresa. Este nuevo conjunto más resiliente de prioridades incluye una focalización creciente en:



Servicio proactivo > servicio reactivo

El Servicio al Cliente reactivo es como una tiritita: corta la hemorragia, pero no previene la herida. Es por esto por lo que las estrategias proactivas –a menudo impulsadas por tecnologías como la IA– juegan un papel cada vez más importante para obtener una mayor satisfacción y fidelización del cliente.



Conveniencia y personalización

Más del 60% de los clientes se pasará a la competencia tras una sola mala experiencia.⁵ Conscientes de esto, muchas empresas están centralizando las comunicaciones para asegurar una experiencia de cliente adecuada y personalizada, independientemente de qué agente de Servicio al Cliente esté disponible o de quién responda.



Potenciación del empleado

La falta de un trabajo con sentido es la razón mayoritaria por la que un 70% de los empleados está considerando activamente dejar su trabajo.⁶ Actualmente, el agente de Servicio al Cliente más satisfecho pasa la mayor parte del tiempo realizando tareas que son tan satisfactorias como impactantes (aumento de ventas, venta cruzada, etc.)



Menores costes de servicio

Por si lo olvidaste: el dinero sigue siendo el rey. Sí, reducir los costes de servicio siempre ha sido una prioridad, pero ahora que las empresas buscan aprovechar nuevas oportunidades de innovación y rentabilidad, se está convirtiendo rápidamente en la máxima prioridad.



Examen de las bandejas de entrada compartidas tradicionales

Cuando las empresas intentan afrontar el momento actual y mejorar las operaciones de Servicio al Cliente, seguro que un elemento específico del proceso llamará su atención: la bandeja de entrada compartida. Examinémoslo:

Lo positivo

El correo electrónico sigue siendo el primer canal digital empleado por los clientes para contactar con una empresa. Naturalmente, las bandejas de entrada compartidas juegan un papel fundamental para permitir que varios usuarios vean y respondan los correos electrónicos. En el sistema solar de los diferentes puntos de comunicación de tu equipo de Servicio al Cliente, la bandeja de entrada compartida es el sol, esa fuerza elemental que impulsa todas tus transacciones comerciales de cara al cliente.

Lo negativo

¿Hemos dicho el sol? Más bien, un agujero negro. Porque, a pesar de las buenas intenciones y de las ventajas obvias de las bandejas de entrada compartidas, su propia naturaleza crea a menudo una situación parecida al salvaje oeste, en la que el caos y la confusión son la norma, especialmente cuando aumenta el volumen de correos.



Aproximadamente 1 de cada 4 empresas no dispone de la tecnología necesaria para relacionarse con los clientes y ofrecer una experiencia coherente a través de varios canales.⁷



Lo feo

Si la bandeja de entrada de abajo te produce una reacción visceral negativa, puede que sea el momento de pensar en un cambio en tu proceso de gestión de comunicaciones con tus clientes. Este tipo de “organización” es precisamente la razón por la que un 62% de las empresas dicen que han dejado de responder correos electrónicos llegados al Servicio al Cliente.⁸



Correos electrónicos perdidos o borrados

Cuando tu único punto de referencia es una línea de asunto y unas pocas palabras, no es de extrañar que tantos agentes de Servicio al Cliente sean propensos a pasar por alto o a borrar accidentalmente correos electrónicos, dejando sin información a los clientes y a otros agentes de Servicio al Cliente.



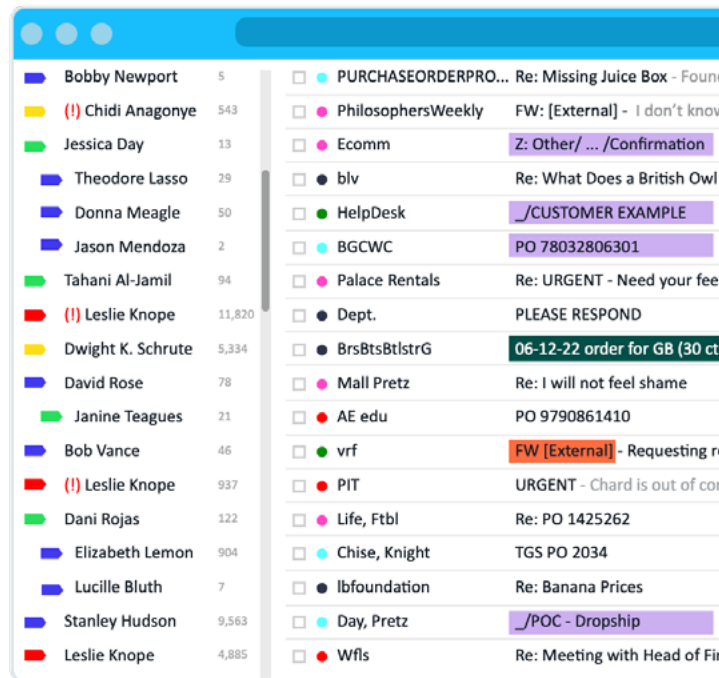
Falta de claridad y contexto

Además, a menudo los datos clave del cliente (antecedentes, el histórico de las conversaciones, el problema original, etc.) son difíciles de encontrar, por lo que las respuestas rápidas y correctas son más una excepción que la regla.



Colaboración limitada

Por último, la inherente falta de colaboración conduce a percances tales como que algunos clientes reciban dos respuestas (a veces con mensajes contradictorios). Esto solo sirve para erosionar la confianza del cliente y perder un tiempo precioso de los agentes de Servicio al Cliente.



Beneficios de un asistente digital

La automatización de la gestión de las consultas del cliente es el complemento perfecto para los equipos de Servicio al Cliente que están haciendo la transición del centro de costes al centro de valor. Al actuar como un asistente digital, la solución automatizada deshace el caos de las bandejas de entrada compartidas tradicionales. Se consigue así un proceso más rápido y estratégico, que permite una mejora continua y **se ajusta con las motivaciones de cada parte interesada**.

Impacto en el equipo

Con herramientas de IA para la clasificación y contestación de consultas y para la colaboración y el seguimiento, a tu disposición (volveremos sobre esto más adelante), tu equipo tiene todo lo que necesita para atender de manera proactiva a los clientes y proporcionar un mayor valor a la empresa.



Aumenta la visibilidad de las consultas actuales, así como de las tendencias por categoría, fecha o cliente.



Mejora la visibilidad de las consultas prioritarias (identificadas por un sentimiento negativo o por la proximidad de la finalización del plazo de SLA)



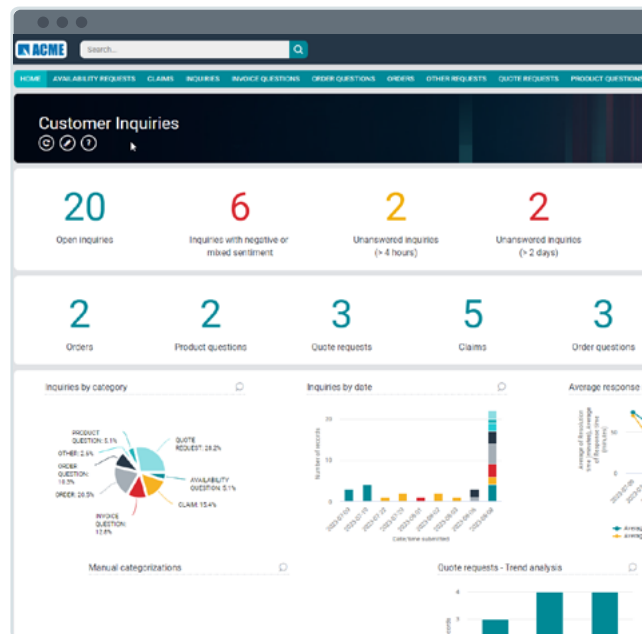
Reduce el estrés, al permitir que cualquier agente de Servicio al Cliente se haga cargo de la consulta.



Más tiempo disponible para dedicarlo a actividades que generan un valor de negocio real.



Mejor conocimiento del cumplimiento de SLA, de la carga de trabajo de los agentes de Servicio al Cliente y de las tendencias de rendimiento.



Impacto en los clientes

Los clientes pueden representar un desafío, pero no son complicados. Cuando envían una consulta por correo electrónico, sus expectativas no pueden ser más sencillas: una respuesta rápida, coherente y útil. Cualquier otra cosa es razón suficiente para que tu empresa reciba un “Hasta nunca”.

El impacto de añadir un asistente digital a tu bandeja de entrada compartida es igual de sencillo: como los agentes de Servicio al Cliente disponen de toda la información con un solo clic, los clientes reciben el nivel de servicio que están esperando y, de este modo, **siguen haciendo negocios contigo.**

Impacto en el negocio

Añadir un asistente digital es ir a la causa de algunas de las mayores áreas de problemas relacionados con las comunicaciones con el cliente. De este modo, las empresas no solo están preparadas para producir abundantes beneficios superficiales (una mayor eficiencia, ahorro en los costes, productividad, etc.), sino que son capaces de obtener un logro mucho mayor y más sostenible, en forma de beneficios estratégicos. Estos incluyen:

- **Mayor felicidad de los empleados**, lo que da lugar a tasas menores de rotación de empleados y a estrategias de contratación más eficaces.
- **Mayor satisfacción del cliente**, lo que produce más oportunidades de negocio, dando lugar, a su vez, a mayores ingresos.
- **Un capital circulante mejorado**, ya que los pedidos se procesan más rápido (facturación y pagos más veloces).
- **Una seguridad mejorada**, al centralizarse todos los datos y documentos del cliente en una interfaz segura en la nube.
- **Mayor resiliencia empresarial**, gracias a todos los beneficios mencionados más arriba, lo que contribuye a unos cimientos empresariales más fuertes, capaces de resistir cualquier perturbación o desastre futuro.



2.4x

**Los clientes tienen
2,4 posibilidades
más de permanecer
fieles cuando las
empresas resuelven
con rapidez los
problemas del
cliente.⁹**

Cómo funciona

Una visión unificada para las comunicaciones con tu cliente

Al actuar como un asistente digital para la bandeja de entrada compartida, la gestión automatizada de las consultas del cliente libera a tu equipo para abordar las consultas de manera más rápida y mejorar la CX. Así funciona, a vista de pájaro:



Clasificación mediante IA

En un entorno de gestión automatizada de consultas del cliente, se reenvía directamente todas las solicitudes a la solución en la nube. Allí, los algoritmos de IA -en concreto, el procesamiento del lenguaje natural (NLP)- clasifican las consultas del cliente por categorías predeterminadas por tu empresa. Pedidos, consultas, reclamaciones... son separados del conjunto y colocados donde tú quieras.

La magia del NPL reside en su capacidad de analizar contenidos del cuerpo del correo y de los posibles adjuntos para determinar automáticamente la categoría de la solicitud y su tono emocional. El análisis del sentimiento se lleva a cabo para identificar y priorizar las solicitudes de tono negativo, para que los agentes del Servicio al Cliente los puedan responder en primer lugar.



La IA realiza el trabajo pesado para que tus agentes de Servicio al Cliente no lo tengan que hacer.

La solución clasifica automáticamente cada correo según el "Tipo de documento", lo que libera a tus agentes de Servicio al Cliente de la carga de buscar y clasificar en la bandeja de entrada compartida.

Document preview - 90_GB_FL01.pdf - 1/1

Page width: 0" 1/1

Invoice

Matter Transport
10 North Lake Avenue
Bairdford, PA 15006
1-800-555-2543

Invoice Number: 143901
Invoice Date: 8/4/2021
Currency: USD

Item	Ref	Description	Quantity	Unit Price
10	T-20300	Generator	1.00 pc	76,693.80
SUBTOTAL				
TAX AMOUNT (19%)				
AMOUNT DUE				

General information

Sender email address: dtarg@westeros.com
Email subject: New Order

Customer number: 3950
Customer name: Matter Transport
*Document type: Order
Routing methods: Order Management application
Target configuration: SOP - Default
Comment:

Customer history

Date received	Document type	Email subject
7/26/2021 4:27:38 PM	Claim	Claim - Missing Items
7/26/2021 4:25:36 PM	Order question	Status Request - PO MT67920
6/18/2021 11:32:49 AM	Order	[MT][ORDER] please proceed with this order

Buttons: Send, Reject, Set aside, Save, Quit, Save and quit

Una respuesta estratégica

Categorizar las consultas es una cosa, pero, ¿contestarlas? Eso puede representar un problema completamente distinto para tu equipo de Servicio al Cliente. Afortunadamente, la automatización permite responder las consultas de manera fácil y rápida mediante una respuesta estratégica y las capacidades de reenvío.

Respuestas asistidas por IA

Se emplea la tecnología de IA para ayudar a los agentes de Servicio al Cliente en la creación de respuestas a las consultas rápidas, pertinentes y coherentes, independientemente de qué agente está tramitando la consulta. La IA analiza los correos electrónicos entrantes, extrae la información clave y consulta diferentes sistemas para sugerir una respuesta utilizable por el agente de Servicio al Cliente (bien basada en una plantilla, o bien generada a medida por ChatGPT). El Servicio al Cliente revisa las respuestas generadas y las edita fácilmente antes de enviarlas.

The screenshot displays a customer service interface with two main panels. The left panel, titled 'General information', contains a table with the following data:

Field	Value
Customer number	3950
Customer name	JMart
Document type	Order question
Routing method	No routing (archive only)
Order number	483451
Carrier name	UPS
Shipping date	6/10/2023
Estimated delivery date	6/4/2023
Tracking number	1209777103
Overall sentiment	Neutral

The right panel, titled 'Conversation', shows a 'New conversation' section with a message from Wilson to samira@ACME.com. Below this, a 'Suggested reply generated with ChatGPT' is displayed, including a 'Send' button and an 'Edit' button. The suggested reply text reads: 'Dear Wilson, Thank you for contacting us regarding your order with Sales Order Number 483451. We are happy to assist you with the status of your order. Based on our records, the expected delivery date for your order is June 17th, 2023. ...see more'. At the bottom of the interface, there are buttons for 'Send', 'Reject', 'Get advice', 'Save', 'Quit', and 'Save and quit'.



Solución al problema de “¿Dónde está mi pedido?”

Las respuestas de correo electrónico con asistencia de IA proporcionan a tus clientes una experiencia similar a la de Amazon, y liberan a tu equipo de las actualizaciones de estado sin fin.

Extra: Se pueden personalizar los correos según la imagen de marca de tu compañía.

El portal del cliente

Estos correos electrónicos también pueden incluir un enlace a un portal del cliente que, al ser pulsado, permite al cliente ver el preaviso de envío, la orden de compra y cualquier otra confirmación relacionada con su pedido.

Los clientes también pueden seguir el estatus de su envío directamente desde el portal.

The screenshot displays a customer portal interface. On the left, under the heading "Advanced Shipping Notice", there are two sections: "Order Details" and "Tracking Information".

Order Details:

- PO number: 470721
- PO date: 8/4/2021
- Sales order number: 470721
- View order button

Shipping Information:

- Delivery note number: 7836437247832
- Shipping date: 8/8/2021
- Estimated delivery date: 8/12/2021

Tracking Information:

- Carrier name: FedEx
- Carrier account number: 69579
- Tracking number: 4790181
- Track shipment button

At the bottom left is a "Quit" button.

On the right, a document preview window titled "Document preview - 90_GB_FL01.pdf - 1/1" is open. It shows an "Invoice" and an "ADVANCED SHIPPING NOTICE".

Invoice Details:

- Matter Transport:** 10 North Lake Avenue, Baird, PA 15006, 1-800-555-2543
- Ship-to number: 51402**
JMart
2205 Boston Rd
Westeros
Phone: 555-5555

PO number: 470721
PO date: 8/4/2021
Sales order number: 470721

Table:

Item	Ref	Description	Quantity	Unit Price	Amount
10	T-20300	Generator	1.00 pc	76,693.80	76,693.80
SUBTOTAL					76,693.80
TAX AMOUNT (10%)					7,669.38

Reenvío automático

Si tu departamento de Servicio al Cliente no puede responder la consulta, esta puede ser fácilmente reenviada por correo electrónico a quien sí puede – como si tu cliente la hubiese enviado directamente a su bandeja de entrada.

Colaboración y comunicación

Durante el proceso de respuesta a la consulta de un cliente, puede ocurrir que el agente de Servicio al Cliente tenga que recuperar información de uno o más colaboradores o socios externos. De nuevo, la automatización de la gestión de consultas de clientes facilita este tipo de colaboración, ya que permite iniciar conversaciones internas y externas directamente desde la propia solución.

Las soluciones automatizadas también permiten a los clientes recibir las respuestas a través del correo electrónico, y les ofrece la opción de un intercambio de información en tiempo real en el portal del cliente. Una ventaja extra: la solución almacena la información compartida, de modo que ambas partes se puedan referir a ella cuando sea necesario, una gran protección contra posibles problemas generados por malentendidos.



“I get by with a little help from my friends”

Puede que el Servicio al Cliente no haya sido la inspiración de esta letra de los Beatles, pero lo que expresa es cierto – una buena colaboración puede llevar muy lejos. Cuando se necesita información crítica en un momento de apuro, las herramientas de comunicación integradas en el asistente digital son como música celestial para los agentes del Servicio al Cliente

– ▾

Internal Conversation

Add participants

4/14/2022

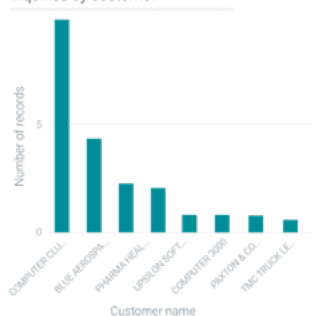
Julian Clerk added **Alex CSR manager** to this conversation11:23:46 AM

Hi **@Alex CSR manager**, can you confirm that we have availability for this customer request? Thanks!
✓11:24:03 AM

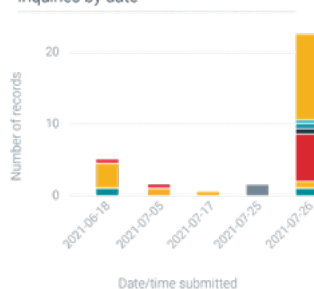
Seguimiento y análisis

Como un jardinero competente, los paneles de control de la solución te ayudan a mantener bajo control el sobrecrecimiento de información y datos de solicitudes, desbrozando los malos, acentuando los buenos y dándoles forma de algo funcionalmente bello. Desde priorizar el día hasta predecir tendencias futuras, se puede acceder a todo lo necesario para mejorar la experiencia de cliente desde una ubicación pulcra y centralizada.

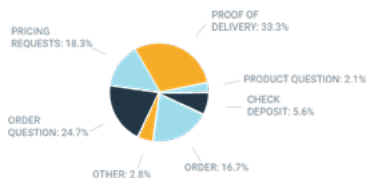
Inquiries by customer



Inquiries by date



Invoices by category



La agenda definitiva para tu equipo

“¿Qué debo priorizar?” “¿Está ese agente de Servicio al Cliente realmente tan ocupado?” Los usuarios pueden personalizar sus paneles de control para responder a estas y otras cuestiones pertinentes en unos pocos clics, gracias a la visualización de análisis en vivo.



No deja ninguna tendencia sin examinar

Los elementos avanzados de información y previsión son como prismáticos de alta potencia para los gestores: les permite contemplar el panorama para distinguir los problemas y las oportunidades antes de que sea demasiado tarde.

Una historia de éxito

Como distribuidor norteamericano de productos químicos en expansión, Palmer Holland sabe algo sobre innovación y mejora de los procesos. Por ello, cuando la empresa quiso una solución más moderna para clasificar y analizar sus 5.000 solicitudes de clientes mensuales, puso sus ojos en “la mejor de las mejores” soluciones con IA: la solución de gestión de consultas de clientes.

Resultados:

- **Ahorro de tiempo:** Antes de la automatización, un empleado dedicaba por lo menos cuatro horas al día a reenviar correos a los agentes de Servicio al Cliente. Ahora, una consulta se puede validar en solo unos segundos.
- **Mayor precisión:** El motor de IA de aprendizaje rápido puede clasificar las consultas de manera correcta para el Servicio al Cliente en más del 90% de las veces.
- **Crecimiento más inteligente:** Palmer Holland ha sido capaz de mantener un fuerte crecimiento sin tener que aumentar su plantilla.
- **Contratación más rápida:** El panel de control intuitivo de la solución permite una contratación más rápida de nuevos agentes de Servicio al Cliente a la vez que simplifica su formación.

■ ■ ■ “Ahora tardamos un segundo o
■ ■ ■ dos en validar una consulta.
■ ■ ■ El tiempo ahorrado, en especial
■ ■ ■ para nuestros agentes de
■ ■ ■ Servicio al Cliente, es uno de
■ ■ ■ los mayores beneficios.”

Aiza Toor | Directora del Servicio al Cliente,
Palmer Holland

[Lee la historia de éxito](#)

Conclusión

¿Listo para tu transformación?

El panorama actual del Servicio al Cliente es el de un cambio total– nuevas motivaciones, nuevas expectativas, nuevas vías de progreso. No es momento de quedarse parado ni de dormirse en los laureles. La gestión automatizada de las consultas ha demostrado ser una inversión relativamente pequeña, capaz de generar un impacto positivo y potente en tu equipo y, a su vez, en tus clientes y en tu empresa.

La capacidad para aprovechar esta oportunidad se puede resumir en una simple ecuación:



Cambio de mentalidad

Empieza por recrear el servicio al cliente. ¿Qué valor quieres aportar a tus clientes? ¿Cuál es la manera más eficaz de hacerlo? ¿Qué hace que tu servicio destaque? Si tu funcionamiento actual no forma parte de la respuesta, es una parte importante del problema.



Cambio de tecnología

Una vez que has cambiado tu mentalidad sobre el Servicio al Cliente, tienes que investigar qué herramientas son las más eficaces para permitir un servicio proactivo y predictivo. Si la automatización con IA es lo adecuado para tu empresa, los resultados pueden ser transformadores.



Cambio en el ADN

Simplemente adoptando estos cambios, los equipos de servicio al cliente pueden alterar hasta su ADN, para llegar a ser más competitivos en este panorama de la “supervivencia de los más capacitados”– impulsando una mayor fidelidad, nuevas fuentes de ingreso y un camino libre para el crecimiento.

Referencias

- 1 [Life Reimagined: Mapping the motivations that matter for today's consumers](#), 2021, Accenture
- 2 [End-to-Endless Customer Service Research](#), 2021, Accenture
- 3 [End-to-Endless Customer Service Research](#), 2021, Accenture
- 4 [2022 Digital Trends: B2B in Focus](#), 2022, Adobe and Econsultancy
- 5 [What is customer service? Definition, importance & tips](#), May 26, 2021, Courtney Gupta, Zendesk Blog
- 6 [Nearly three-quarters of workers are actively thinking about quitting their job, according to a recent survey](#), October 7, 2021, Grace Dean and Madison Hoff, Insider
- 7 [Announcing The State of Personalization 2021](#), June 1, 2021, Geoffrey Keating
- 8 [Customer Service Benchmark Report](#), March 24, 2021, Steven MacDonald
- 9 [What's the ROI of CX Transformation?](#), January 28, 2021, Maxie Schmidt-Subramanian

Hola, somos Esker

Fundada en 1985, Esker es una plataforma global en la nube construida para liberar el valor estratégico de los directivos de Finanzas, Compras y Servicio al Cliente y reforzar la colaboración entre las empresas mediante la automatización de los procesos de Source-to-Pay (S2P) y Order-to-Cash (O2C).



39

Años de experiencia, con más de 20 años centrado en soluciones en la nube.



1,000+

empleados que atienden a más de 850.000 usuarios y más de 1.700 clientes en todo el mundo.



15

sedes mundiales, con la central en Lyon, Francia



€159.3

millones de ingresos en 2022, con más de 90% de ventas a través de actividades SaaS



El éxito empresarial es mejor cuando es compartido

En Esker creemos que la única manera posible de crear un cambio real y significativo es mediante el crecimiento de suma positiva. Esto implica alcanzar un éxito empresarial que no venga a costa de ninguna persona, departamento o empresa. ¡Todo el mundo gana! Por eso, nuestra tecnología de IA está diseñada para empoderar a cada parte interesada, a la vez que favorece la creación de valor a largo plazo.

