

Del servicio al cliente a una experiencia del cliente superior

La aceleración hacia un mundo basado en los intercambios digitales está motivando a las organizaciones (privadas y públicas) a replantearse sus estrategias en torno a la experiencia del cliente, teniendo en cuenta tanto los nuevos hábitos de comunicación como los medios digitales y las redes sociales.

Esta nueva era de las comunicaciones digitales está obligando a las organizaciones a optimizar recursos y presupuestos, dar prioridad a la respuesta rápida y a la resolución en la primera llamada, así como a incluir a todos los trabajadores en la estrategia de atención al cliente para ofrecer una experiencia al cliente superior.

Optimizar los recursos y presupuestos para ofrecer un servicio al cliente de primera clase

67 % de los clientes prefieren el autoservicio a hablar con un representante de la empresa.¹



54 % de las organizaciones utilizan algún tipo de bot de chat, VCA u otra plataforma de IA conversacional para aplicaciones de cara al cliente, según Gartner.²



89 % Aproximadamente el **89 %** de los clientes afirman que esperan tener acceso a un portal de autoservicio cuando se enfrentan a problemas cotidianos.³



Resultados empresariales

Los bots de chat y los bots de voz permiten el autoservicio fuera del horario de apertura. Las capacidades actuales de reconocimiento de voz están humanizando las interacciones sin sustituir las capacidades de diálogo. Y, para los clientes que requieren una interacción humana, el enrutamiento inteligente y la IA garantizan un servicio de primera clase.

[Para más información, descargue nuestro libro electrónico "Mejorar la experiencia del cliente en la era de las comunicaciones digitales"](#)

Dar prioridad a una respuesta rápida y a la resolución de la primera llamada a

90 % de los clientes afirman que una respuesta "inmediata" es importante o muy importante cuando tienen una pregunta sobre el servicio.⁴



2,4X Los clientes son **2,4 veces** más propensos a seguir con una marca cuando sus problemas se resuelven rápidamente.⁵



Resultados empresariales

El tiempo de respuesta que se tarda en contestar a las consultas de los clientes es uno de los principales criterios que éstos utilizan para medir a las empresas. Responder con rapidez y precisión es una prioridad clave para cualquier organización que desee conservar a sus clientes y atraer a otros nuevos, diferenciarse, aumentar las oportunidades y garantizar la continuidad del negocio.

[Para más información sobre la resolución en la primera llamada, descargue nuestro libro electrónico "Mejorar la experiencia del cliente en la era de las comunicaciones digitales"](#)

Incorporar a toda la plantilla a una estrategia global de atención al cliente

60 % En 2026, el **60 %** de las grandes empresas utilizarán la experiencia total para transformar sus modelos de negocio y alcanzar niveles de fidelización de clientes y trabajadores de primer nivel.⁶



85 % de los clientes esperan interacciones coherentes en todos los departamentos.⁷



71 % de los clientes dicen que los trabajadores de la empresa tienen un impacto significativo en su experiencia.⁸



Resultados empresariales

Para gestionar los picos de actividad, es importante implicar a todos los trabajadores, a fin de garantizar la máxima satisfacción del cliente en todo momento. Los directivos de las empresas deben dar prioridad a que la estrategia de satisfacción del cliente sea compartida, comprendida y aceptada por todos los trabajadores.

[Obtenga más información en nuestro libro electrónico "Mejorar la experiencia del cliente en la era de las comunicaciones digitales"](#)

Gestionar las preferencias de interacción multigeneracional

95 % de los adultos de entre 18 y 34 años es probable que sigan a una marca a través de las redes sociales.⁹



97 % de los consumidores de la generación Z afirman que ahora utilizan las redes sociales como principal fuente de inspiración para sus compras.¹⁰



\$1298 mil millones Según Statista, las ventas mundiales de aplicaciones sociales alcanzarán los 1298 millones de dólares a finales de 2023.¹¹



Resultados empresariales

La gestión de las relaciones con el cliente final requiere una estrategia omnicanal, para retener a los clientes actuales y atraer a otros nuevos, como la generación del milenio, que utilizan habitualmente los canales digitales.

[Obtenga más información sobre las estrategias omnicanal en nuestro libro electrónico "Mejorar la experiencia del cliente en la era de las comunicaciones digitales"](#)

Resumen

La aceleración de la transformación digital y la tecnología innovadora están insuflando nueva vida al ámbito de la experiencia del cliente.

Las organizaciones que opten por la transformación estarán bien posicionadas para convertir sus centros de atención al cliente en centros de satisfacción del cliente.

[Visite nuestra página web](#) y descubra cómo las soluciones de atención al cliente de Alcatel-Lucent están ayudando a las organizaciones a ofrecer una experiencia del cliente de nuevo nivel.

Fuentes

- 1 Searching for self-service, Zendesk, mayo de 2023.
- 2 Gartner Predicts Chatbots Will Become a Primary Customer Service Channel Within Five Years, Gartner, julio de 2022.
- 3 Statista, 2023.
- 4 Live Chat Exposes a Fatal Flaw in Your Go-to-Market, Hubspot, enero de 2021.
- 5 What's The ROI Of CX Transformation?, Forrester, enero de 2021.
- 6 Top Strategic Technology Trends for 2022: Total Experience, Gartner, octubre de 2021.
- 7 State of the connected customer, Salesforce.
- 8 Experience is everything. Get it right, PWC.
- 9 Why customers follow brands, Marketingsherpa, noviembre de 2015.
- 10 Gen Z And The Rise Of Social Commerce, Forbes, mayo de 2021.
- 11 Social commerce sales worldwide, Statista, 2023.