



Cuidado con la brecha IVR-Digital

Cómo conectar los silos
para ofrecer una mejor
experiencia de cliente.

Índice

- 3 El entorno digital no ha acabado con la IVR, sino que ha presionado para mejorarlo
- 4 Sus clientes no ven canales, solo ven el tipo de servicio que reciben
- 4 Llega el momento de cerrar la brecha IVR-Digital
- 5 La oportunidad de pasar de la IVR a lo Digital
- 6 La solución 'IVR to Digital' en acción
- 8 Conozca Nuance IVR to Digital
- 9 Sigüentes pasos



El entorno digital no ha acabado con la IVR, sino que ha presionado para mejorarlo



El objetivo de una solución omnicanal parece bastante simple –mantener la comunicación con los clientes a través de distintos canales en función de sus expectativas–, pero es uno de los retos más complejos a los que se enfrentan las organizaciones hoy en día.

La interacción omnicanal engloba una gran cantidad de funciones y tecnologías orientadas al cliente que se han ido acumulando en silos y son difíciles de conectar. Pero aunque la idea de la interacción omnicanal es ofrecer una experiencia fluida, coherente e inteligente a cada cliente en el canal que este elija (y cuando pase de un canal o dispositivo a otro), las prisas por ofrecer buenas experiencias digitales han hecho que los canales de interacción tradicionales – es decir, la IVR– se alejen de la realidad y parezcan fuera de lugar en un mundo digital. ¿El resultado? Más complejidad (y costes) para las organizaciones y una experiencia de está muy lejos de ser la mejor para los clientes.

Incluso en la edad de oro de lo digital, la IVR sigue siendo una pieza crítica de la experiencia que vive el cliente. Los clientes continúan llamando por teléfono cuando tienen un problema difícil o no encuentran una solución a través de otros canales, y el 68% opina que una llamada telefónica es probablemente la mejor forma de ayudarles a resolver un problema satisfactoriamente.¹ Pero si la IVR simplemente ofrece a las personas que llaman opciones de autoservicio limitadas, la frustración se irá acumulando y dejarán de ser clientes en muy poco tiempo.

En esta guía, aprenderá a superar la brecha IVR-Digital para dirigir a los clientes que llaman al canal digital adecuado con el fin de mejorar su experiencia y reducir costes.

79%

de los clientes continúa usando el teléfono para ponerse en contacto con el servicio de atención al cliente²

¹ Get It Right: Deliver the Omni-Channel Support Customers Want, Ovum Research, 2016
² Índice de satisfacción con el contact center (CCSI) 2018, CFI Group, 2018

Sus clientes no ven canales, solo ven el tipo de servicio que reciben

Todo el tiempo, dinero y esfuerzo que ha invertido para que los clientes se alejen del contact center y se dirijan a los canales digitales de menor coste habrán sido en vano si su IVR es incapaz de dirigirles también a estos canales.

Imagine que su IVR puede dirigir a los clientes que llaman directamente a los canales digitales junto con todos los datos contextuales con el fin de acelerar el camino hacia la resolución. Suena genial, pero el problema es que la IVR normalmente está en un silo, desconectado de las interesantes experiencias digitales nuevas que se llevan todos los titulares (y presupuestos). No es de extrañar, ya que en muchas organizaciones, el equipo de IVR y el equipo digital apenas se conocen.

Por este motivo, una estrategia que conecte la IVR con lo digital es fundamental, para que su IVR pueda ofrecer a los clientes una solución alternativa, como el live chat o un asistente virtual, que sea más adecuada para resolver sus problemas con rapidez y sin la ayuda de un agente.

Llega el momento de cerrar la brecha IVR-Digital



Los silos no solo dañan la eficiencia operacional e incrementan los costes, también tienen un grave efecto en la experiencia del cliente. Cuando los canales de interacción digitales y de IVR (y los equipos que los gestionan) están desconectados, las experiencias de los clientes empiezan a desmoronarse rápidamente.



Sin una forma automatizada que pase las interacciones de la IVR a los canales digitales, a los clientes que no consiguen solucionar su problema en la IVR, les quedan dos opciones que son igualmente frustrantes. Pueden volver a empezar desde cero y esperar a hablar con un agente, o abandonar el canal de voz por completo y empezar con su consulta desde el principio en la web. También existe una tercera opción: irse a la competencia.



Todo esto apunta a una gran oportunidad. Muchas organizaciones dejan que sus clientes caigan en la brecha IVR-digital, así que si puede cerrarla, destacará como una empresa comprometida con sus clientes. Al transferir a los clientes de la IVR a la web, SMS o cualquier otro canal digital sin interrupciones, evitará que pidan un agente, les ofrecerá una solución más rápida, y reducirá el coste de la prestación del servicio.



«Los clientes quieren una respuesta precisa, relevante y completa a su pregunta o una solución rápida a su problema en el primer contacto.

De hecho, el 66% dice que lo más importante que puede hacer una empresa para prestarles un buen servicio online es valorar su tiempo.»³

— Forrester Research

La oportunidad de pasar de la IVR a lo Digital

La solución 'IVR to Digital' (actuando como una sola entidad) le ofrece una forma sencilla de dirigir a los clientes adecuados a los canales digitales adecuados para que pueda mejorar la experiencia del cliente y reducir los costes.

Es una forma práctica de solucionar un problema común que evita que muchas organizaciones consigan una verdadera experiencia omnicanal y de conectar canales que antes estaban en silos para ofrecer interacciones con el cliente fluidas, inteligentes y a un menor coste.

1 Ofrezca a sus clientes una experiencia de servicio excepcional

Cuando la IVR y los canales digitales se conectan y comprenden el contexto de las conversaciones con los clientes, los clientes que llaman por teléfono y prefieren el autoservicio, o que tienen preguntas fáciles de responder, pueden transferirse directamente a asistentes virtuales o al live chat, mientras que los clientes que prefieren hablar con un agente físico (o que tienen necesidades más complejas) puede dirigirse un agente del contact center.

No se trata solo de reducir los tiempos de espera y el abandono en las colas; las mejores soluciones transferirán las conversaciones del IVR a los canales digitales con todo el contexto. De esta forma, los clientes no tienen que perder tiempo repitiendo la información que ya han dado, lo que elimina la frustración y acelera la resolución.

2 Reduzca el coste de la prestación de servicio

Al pasar a los clientes correctos de los agentes del centro de atención al cliente a los canales digitales de menor coste de manera fluida, reducirá los costes del contact center y aumentará el retorno de las inversiones digitales. (También aumentará la vida útil y el ROI de su IVR al conectarlo a los canales digitales).

Es más, al enseñar a los clientes cómo deben encontrar la información en la web, es más probable que elijan esta opción en el futuro, reduciendo aún más el volumen de llamadas.

Las soluciones inteligentes para pasar de la IVR al canal digital también saben reconocer a los clientes de alto valor y dirigirlos a un agente físico que les preste un servicio preferencial, y dirigir a clientes de mayor coste, que necesiten una transacción, a los canales digitales para mejorar la rentabilidad del contact center.

De media, una llamada con un agente físico cuesta 6 dólares más que una interacción digital, que cuesta solo 0,50 dólares.

3 Empodere a sus agentes

A medida que se van desviando las llamadas que llegan al contact center, los agentes se estresan menos y tienen más tiempo y energía para centrarse en clientes de alto valor o en clientes con necesidades más complejas.

El hecho de que haya agentes menos estresados también se traduce en una menor rotación de agentes. Esto le ayuda a ahorrar en gastos de selección y contratación, pero también significa que puede formar a un grupo de agentes con experiencia que tengan los conocimientos para reducir el tiempo medio de gestión de la llamada.

Los agentes felices son mejores a la hora de vender productos adicionales –y los clientes son más receptivos a estas ofertas– lo que convierte al contact center en un generador de ingresos en lugar de solo un coste derivado del negocio.

La solución 'IVR to Digital' en acción

¿Tiempos de espera largos? Dirija a los clientes que llaman a un asistente virtual.

Cuando los tiempos de espera son más largos que lo normal, puede ser útil dar a quienes llaman la opción de dejar la IVR para que su respuesta la responda un asistente virtual. Los clientes pueden interactuar con el asistente virtual mediante texto (SMS), la web, o una aplicación móvil. La tecnología del lenguaje natural hace que interactuar con un asistente virtual sea parecido a hablar con una persona.



¿Pregunta sencilla?

Ayude a los clientes que llaman a encontrar la respuesta en una página web o con un asistente virtual.

Muchas veces, los clientes llaman con una pregunta que es fácil de responder y que quizá ya esté en su sitio web. Una IVR que utilice el reconocimiento del habla puede identificar el asunto y ofrecer al cliente la oportunidad de dirigirle al lugar de la web en el que encontrar las respuestas. Los clientes ahorran tiempo y aprenden para el futuro. Si se necesita un agente para resolver un problema más complejo, el agente también puede usar la función de navegación mientras se comunica con el cliente.

- 1 La IVR identifica la necesidad de la persona que llama y le ofrece una respuesta a través de una página web o un asistente virtual. Se ofrece al cliente la opción de recibir un enlace.
- 2 El cliente recibe un mensaje de texto con un enlace a una página web con información específica sobre la solicitud que a su vez, cuenta también con un asistente virtual.
- 3 El cliente puede ahora acceder a la información que necesita.
- 4 Si la solicitud es más compleja, el asistente virtual puede transferir la conversación a un agente físico.



La solución 'IVR to Digital' en acción

Cuando la persona que llama necesita un agente pero no puede esperar, conéctela a un live chat.

Si los tiempos de espera son largos, pasar al cliente a un agente de live chat ofrecerá una solución más rápido. Los agentes de live chat pueden manejar más conversaciones concurrentes que un agente telefónico, por lo que los tiempos de espera serán menores, y los clientes interactuarán con una persona real.



Enseñe a los clientes a conseguir lo que buscan de manera visual.

Permita a los agentes telefónicos compartir o conavegar por una página web con los clientes con el fin de enseñarles a que encuentren la solución a sus problemas directamente a través de la web. De esta forma, podrán solucionar sus problemas directamente y disfrutarán de una mejor experiencia de cliente que reducirá la necesidad de llamadas en el futuro con el mismo problema.

- 1** La IVR identifica un problema específico que está tratando de resolver el cliente, y que puede resolverse fácilmente con una guía o vídeo. Se ofrece al cliente la opción de recibir un enlace.
- 2** El cliente recibe un mensaje de texto con un enlace para iniciar la interacción.
- 3** El cliente puede ahora resolver el problema después de ver el vídeo o la guía.



Uno de los proveedores de telecomunicaciones más importantes del mundo pasó el 10% de las llamadas al chat en solo los primeros 90 días tras implementar la solución Nuance IVR to Digital. Una vez allí, el 79% de esos clientes consiguió lo que necesitaba, y solo el 9% optó por no aceptar la sesión de chat y pasar a un agente físico.

Conozca Nuance IVR to Digital

Nuance IVR to Digital hace que su IVR trabaje más duro –y de forma más inteligente– al transferir a los clientes, de manera fluida, a los canales digitales, incluidos live chat, mensajería y asistentes virtuales.

Con Nuance IVR to Digital, podrá acabar con los silos tradicionales que generan experiencias desarticuladas para el cliente y dar un paso importante más para conseguir una interacción omnicanal inteligente con el cliente.

Potentes características...



Control de direccionamiento de llamadas: mantenga el control de las llamadas que se transfieran creando reglas de enrutamiento de llamadas entrantes.



Transferencia contextual: a los clientes de un canal a otro sin perder información contextual, para que puedan beneficiarse de una experiencia sencilla e ininterrumpida.



Basado en permisos: a los clientes opciones y control, transfiriéndolos solamente a la navegación o al chat con su permiso, para que puedan quedarse en la IVR si lo prefieren.



Compatible con todas las plataformas de IVR: integre fácilmente la solución IVR to Digital en la IVR conversacional de Nuance o cualquier otro sistema de IVR, para que pueda obtener más valor de sus inversiones en IVR existentes.

...y grandes ventajas



Reduzca los costes del contact center: pase a clientes seleccionados a canales de menor coste, ofrezca a los agentes la posibilidad de transferir llamadas a chat, y enseñe a los clientes a utilizar las herramientas de autoservicio en el futuro.



Mejore la satisfacción del cliente: reduzca los tiempos de espera, acelere las resoluciones e interacciones de transferencias en contexto para que los clientes disfruten de las experiencias que desean sin frustrarse.



Optimice las interacciones en los canales: desvíe las llamadas que llegan al contact center, aumente la participación en los canales de autoservicio y libere agentes para gestionar interacciones complejas o de alto valor.

Siguientes pasos

¿Quiere ver cómo 'IVR to Digital' puede ayudarle a ofrecer experiencias de cliente fluidas y reducir los costes del servicio?

Disfrute de la solución 'IVR to Digital' en acción

Descubra cómo pasar a los clientes a canales digitales de manera fluida para ofrecerles una mejor experiencia.

[Ver el vídeo explicativo](#)

[Ver la demostración](#)

Conozca Nuance IVR to Digital

Descubra cómo podemos ayudarle a acabar con los silos tradicionales y obtener una verdadera experiencia omnicanal.

[Ver la ficha técnica](#)

[Visitar el centro de información](#)

No les haga esperar

Siga la historia de dos clientes y de cómo una solución IVR-digital resuelve los problemas de los clientes rápido y a un menor coste.

[Ver infografía](#)

LEARN MORE

Póngase en contacto con nosotros para que nuestros expertos en experiencia del cliente le ofrezcan toda la información que necesita. Escríbanos a Pilar.Blasco@nuance.com.



Sobre Nuance Communications, Inc.

[Nuance Communications](#) (Nuance) es una compañía tecnológica pionera y líder en IA conversacional e inteligencia ambiental. El 77 por ciento de los hospitales de Estados Unidos y el 85 por ciento de la lista Fortune 100 global confían en ella como socio full-service. Desde Nuance creamos soluciones intuitivas que amplifican la habilidad de las personas para ayudar a otros.

© 2021 Nuance. All rights reserved.
ENT_3582_01_B_SP, Nov 4, 2021