

# 6 formas de mejorar la atención al cliente, según Avaya

**Avaya**, de la mano de su Director de Servicios de Marketing, Pat Patterson, ha publicado un informe sobre las “Seis maneras de diferenciarse y mejorar las calificaciones de satisfacción del cliente”, que da pautas sobre las **predicciones de la empresa sobre el futuro del servicio al cliente**.



El informe señala que más del 50% del soporte proviene de un soporte sin asistencia y de los sistemas autoreparables, lo que significa que la diferenciación ahora se basa en las relaciones con los clientes.

Un dato que destaca Patterson es que “casi el 90% de todas las preguntas de los clientes de Avaya ahora comienzan por Internet, donde los clientes cuentan con varias maneras de resolver problemas: **foros Web, voz sobre Web, y conversaciones**”.

Dicen desde Avaya que las preguntas más frecuentes de las compañías se preguntan a menudo qué es lo que pueden hacer los proveedores de servicios para mejorar/diferenciar su relación con los clientes. Y estas son las pautas:

1. “Sea más personal”. Las compañías deben asegurarse de que **la elección del cliente por una comunicación omnicanal** se reconozca y llegue a personalizarse en función del cliente.
2. Proporcionar una respuesta rápida al cliente. Y añade que es necesario “ofrecer **opciones sencillas para salir del actual canal de comunicación** lo más rápido posible cuando éste no sea el más eficiente para satisfacer las necesidades del cliente”.
3. Es necesario analizar “la **interacción con el cliente y los datos de contacto**, incluyendo solicitudes de servicio, etiquetas y patrones de tendencias que puedan remediarse rápidamente a través de respuestas en línea publicadas por representantes de servicio o enviadas directamente a los clientes pertinentes antes de que ocurra un problema”.
4. Hay que asegurarse que los representantes de la empresa estén preparados y capacitados para trabajar rápidamente con los clientes y resolver problemas.
5. Hay que personalizar el servicio. Avaya recomienda canalizar “a los clientes a **herramientas de autoservicio o a representantes** que posean conocimientos específicos sobre su ambiente de TI o empresarial”.
6. Evaluar las calificaciones de CSAT, revisando continuamente **las calificaciones de satisfacción del cliente** en cada canal de comunicación para asegurarse de que los

clientes estén recibiendo lo que necesitan del proceso.