

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.