

servicenow

Ofrece las experiencias que los clientes desean

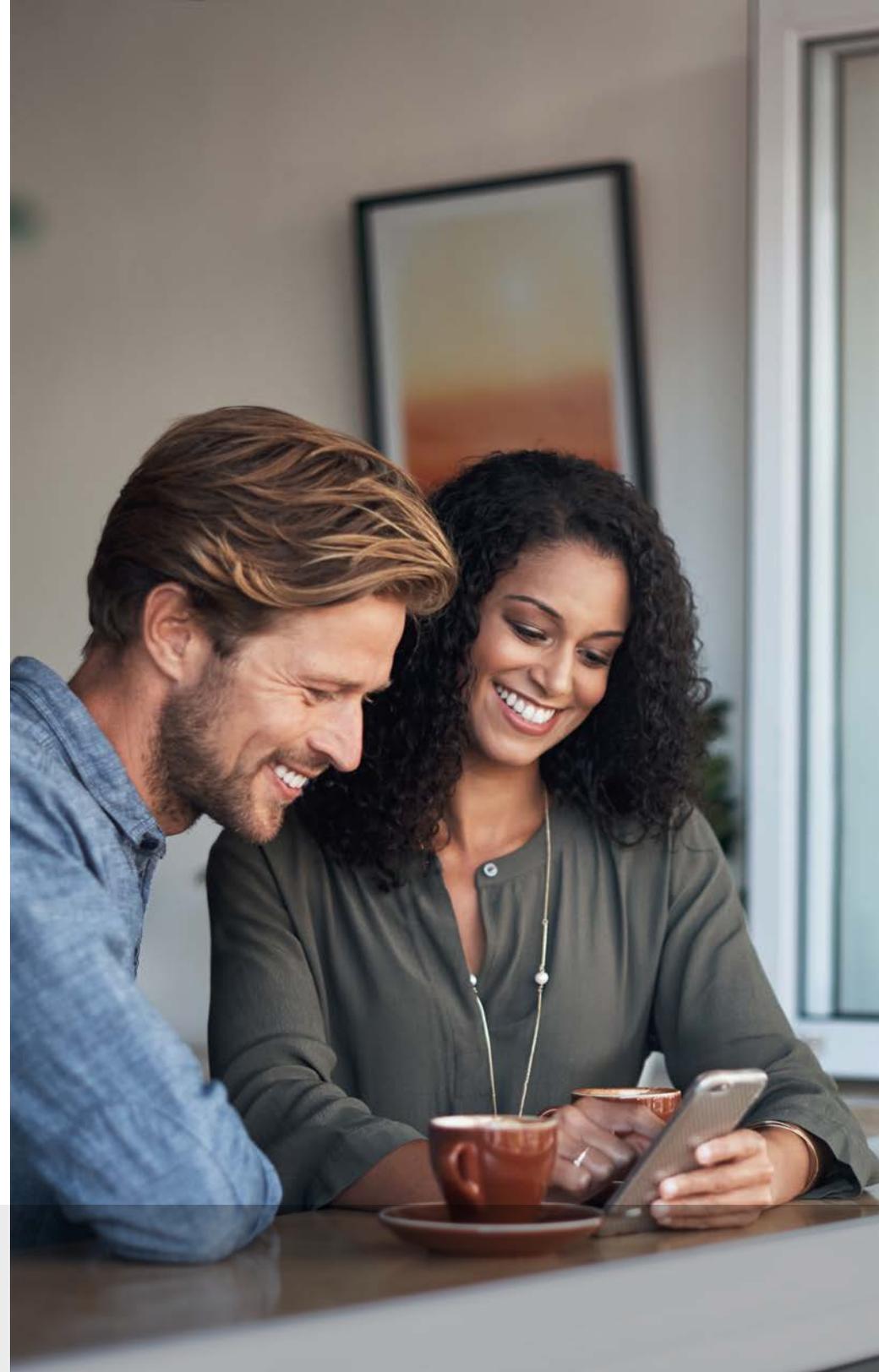
Los tres imperativos clave para los
líderes de experiencia del cliente en
2024 y el futuro



Una experiencia frustrante puede bastar para perder un cliente, pero una experiencia excelente puede ser el comienzo de una relación duradera.

Sin embargo, esas interacciones no ocurrirán si tu organización no cumple con las expectativas de los clientes, y estas expectativas están en constante evolución y expansión. Solo la pronta resolución de problemas y una visión integral de las interacciones con los clientes permitirán que las organizaciones ofrezcan las experiencias fluidas, autodirigidas y memorables que los clientes desean.

Pero es más fácil decirlo que hacerlo. Los líderes se enfrentan a muchos desafíos solo para *mantener* su experiencia del cliente (CX), pero no se preocupan por mejorarla. Los gerentes se esfuerzan por formar a los agentes de servicio de atención al cliente, mejorar sus habilidades y medir el rendimiento, mientras que los agentes revisan grandes volúmenes de casos, especialmente para las solicitudes comunes, lo que da como resultado un margen muy pequeño para tratar problemas más complejos.



Además, esos agentes carecen de la orientación y los recursos necesarios para responder a los problemas de los clientes con precisión durante el primer contacto, lo que deja a los clientes insatisfechos y frustrados. Y si no hay opciones de self service, o son limitadas, los clientes no pueden resolver sus problemas por sí mismos, por mucho que quieran.

También hay organizaciones que lidian con complejidades operativas, lo que da lugar a una mayor reactividad cuando surgen problemas y provoca que estos escalen. Además, las organizaciones se enfrentan a la complejidad de las personas, los datos y los procesos aislados no solo en sus departamentos de front, middle y back office, sino también en centros de llamadas externalizados, así como con los proveedores externos, como técnicos de servicio y equipos de operaciones de cumplimiento. Estas desconexiones hacen que el servicio adopte un enfoque reactivo y los tiempos de respuesta sean más lentos e inconsistentes. Es más, resulta costoso para la organización tanto en términos del middleware humano involucrado como del impacto en la satisfacción del cliente.

Pero no tiene que ser así, razón por la que en este eBook examinamos los tres imperativos clave que influyen en el enfoque actual de las organizaciones para mejorar la experiencia del cliente en 2024 y el futuro. También veremos cómo las organizaciones líderes reconocen los beneficios de automatizar y optimizar sus procesos, lo que disminuye los costes de servicio a la vez que resuelve los problemas de los clientes más rápido que nunca.

Además, exploraremos casos de éxito que muestran los beneficios que están cosechando las organizaciones al satisfacer (y a veces superar) las expectativas de los clientes en constante evolución con respecto a la velocidad, comodidad y personalización. Mostraremos cómo conectan datos, personas y procesos, y aprovechan un único sistema de acción para abordar las necesidades de los clientes de forma proactiva, eficiente y transparente.

Contenido

Imperativo 1. El toque personal: crea el contexto para lograr experiencias atractivas	5
Imperativo 2. Dar a los clientes el control: ofrece a los clientes lo que necesitan para marcar el rumbo de sus propias experiencias	17
Imperativo 3. Ni aquí ni allí: mantén la continuidad en todos los canales	24
El futuro de la experiencia del cliente es híbrido, personal y proactivo	33



Imperativo n.º 1

El toque personal: crea el contexto para lograr experiencias atractivas

En el panorama empresarial actual, las organizaciones se están viendo obligadas a mejorar la eficiencia y reducir los costes, así como a diferenciarse y seguir siendo competitivas. Solo entonces podrán satisfacer las expectativas cada vez mayores de los clientes. Es aquí donde entran en juego la inteligencia artificial (IA) y la automatización.

La IA y la automatización abren las puertas a nuevas oportunidades para hacer que las interacciones con los clientes sean más personalizadas y fluidas. Sin embargo, para aprovechar al máximo sus posibilidades, debes asegurarte de que tus agentes de servicio de atención al cliente tengan la mayor cantidad de contexto posible al alcance de sus manos.





Caso de éxito

Telía adopta el 5G con garantía de servicio automatizada

En Telía, empresa multinacional sueca de telecomunicaciones, sabían que tenían que esforzarse por ofrecer una experiencia del cliente eficaz. Con ServiceNow, Telía pasó a un modelo de garantía de servicio automatizado y habilitado mediante IA para lograr lo siguiente:

- ✓ Detectar interrupciones de red
- ✓ Lidar con los incidentes de manera rápida y eficaz
- ✓ Identificar las causas raíz y la posible repercusión en los clientes de manera más rápida y precisa

“
Con ServiceNow, podemos ofrecer a los usuarios una experiencia fluida y coherente en todas las regiones.

Malin Fransen Kronberg, directora de Garantía de Servicio

Casi todas las empresas que quieren implementar un punto de contacto o experiencia de servicio individuales ahora dependen de la IA y la automatización. Sin embargo, si los clientes sienten que es algo demasiado invasivo o robótico, *acabarán marchándose*.

Es una línea muy fina. Por ejemplo, un cliente compra un artículo y luego se pone en contacto con el servicio de atención al cliente. La organización puede identificar al cliente, buscar sus interacciones y, mediante la automatización, preguntarle si desea realizar una consulta acerca de un pedido reciente. Sin embargo, como los clientes son cada vez más conscientes del uso de la IA por parte de las empresas, tus agentes deben ser más “humanos” para evitar la percepción de que la automatización ha hecho que tu empresa pierda personalidad y empatía.

Si se hace correctamente, la IA y la automatización proporcionan a los agentes de servicio de atención al cliente todo el contexto que necesitan para ofrecer una experiencia agradable, empática y muy personalizada. La IA puede proporcionar información de contacto del cliente, el historial de casos, un resumen en tiempo real de la consulta de chat que el cliente acaba de enviar y un análisis de opinión en tiempo real para que el agente pueda comprender el estado de ánimo y la disposición del cliente, y atenderle de la manera adecuada. De este modo, el cliente no solo siente que recibe un trato personalizado por parte de la organización, sino que también se acelera toda la experiencia de servicio.

Estos beneficios se extienden a todos los sectores. Por ejemplo, en la atención sanitaria, uno de los mayores desafíos ha sido desde hace mucho tiempo proporcionar atención personalizada a cada paciente de acuerdo con sus necesidades y preferencias. Gracias a las innovaciones en IA, los pacientes con dispositivos portátiles supervisan sus propios datos y, además, los médicos pueden *utilizar* esos datos para [tomar decisiones mejor fundamentadas y más centradas en el paciente](#).

Caso de éxito

Lloyds transforma los procesos críticos para los clientes

Un cambio de circunstancias puso el foco en los procesos manuales intensivos de Lloyds Banking Group, que aumentaban la complejidad en el comercio minorista británico y el banco comercial a la vez que incrementaban sus costes de operaciones.

Sin embargo, la automatización de procesos basada en datos de ServiceNow ayudó a Lloyds a revolucionar sus procesos y mejorar en gran medida los resultados de los clientes:



91 %

Porcentaje de excepciones de pagos por lotes resueltas automáticamente



82 %

Porcentaje de reembolsos de débito directo totalmente automatizados



72 %

Porcentaje de procesos de pago erróneos automatizados en comparación con el 100 % que se realizaba previamente de forma manual

“

Un equipo dedicado de personas de Lloyds Banking Group, con el respaldo de la plataforma de ServiceNow, ha conseguido un proceso de back-office que ahora está automatizado y basado en datos integrados, y ha desafiado las formas tradicionales de trabajar para lograr resultados excelentes para los clientes.

Lloyds Banking Group

Los minoristas están utilizando tecnologías de IA emergentes para triunfar

Al aprovechar las tecnologías de IA, como el aprendizaje automático y el procesamiento del lenguaje natural, los minoristas con una mentalidad orientada al futuro ahora pueden interactuar con los clientes con más fluidez que nunca. Por ejemplo, pueden asegurarse de que el cliente reciba su producto de manera puntual y de que tenga toda la información que necesita en lo que respecta a su uso e instalación. Estas mejoras contribuyen a minimizar las tasas de devolución de productos y a reducir la necesidad de soporte de atención al cliente. En resumen, estas innovaciones permiten a los minoristas [ofrecer las experiencias sencillas y personalizadas que sus clientes exigen](#).





Caso de éxito

BMO ofrece una experiencia bancaria sin complicaciones para los clientes

BMO Commercial Bank, empresa norteamericana de servicios financieros, tenía problemas con un antiguo sistema heredado de servicio de atención al cliente, que era cada vez más frustrante para los clientes.

BMO implementó Live Agent de ServiceNow en solo tres meses e incorporó su herramienta de análisis de comportamiento en ServiceNow en un plazo de dos semanas, lo que permitió una comprensión total del historial de interacciones de cada cliente.

ServiceNow proporciona una visión integral para ofrecer un servicio personalizado y basado en conocimientos con rapidez y confianza.



200 %

Porcentaje de incremento del self service interanual



80 %

Porcentaje de reducción en costes de desarrollo



63 %

Porcentaje de reducción de los tipos de casos

“
ServiceNow ha desempeñado un papel muy importante, ya que nos ha ayudado a ofrecer mejoras de servicio basadas en datos de un extremo a otro. El self service ha aumentado en más de un 200 % respecto al año pasado y los comentarios de nuestros clientes son increíblemente positivos.”

Oscar Navarro, director de Desarrollo de Productos Digitales, Banca en Línea para Empresas y Soluciones de Tesorería y Pagos de Norteamérica

Mientras tanto, el rápido crecimiento del Internet de las cosas (IoT) ayuda a las organizaciones a recopilar datos en tiempo real de diversos puntos de contacto y a personalizar las experiencias de los clientes justo en el momento. Luego, está la informática perimetral de IA, el proceso de realizar tareas relacionadas con IA, como el procesamiento y el análisis de datos en el "edge" o perímetro de la red. Este proceso permite a las empresas analizar las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes a medida que interactúan con sus productos o servicios.

La IA y la automatización ayudan a crear relaciones más sólidas con los clientes

Aunque el personal de primera línea puede abordar muchos problemas con una interacción mínima o incluso nula con agentes de servicio de atención al cliente, otros problemas solo pueden resolverse mediante una red coordinada de personas, sistemas y departamentos. Aquí es donde la IA y la automatización destacan de verdad, ya que optimizan la comunicación en las áreas de front, middle y back office.

Con estos datos, la IA y la automatización pueden ser los catalizadores de una interacción con los clientes de nivel superior. Al proporcionar a las organizaciones conocimientos detallados sobre la opinión del cliente, ayudan a desarrollar experiencias más profundas y significativas. La automatización de la recopilación básica de datos y de tareas manuales y repetitivas permite que el agente cree una conexión humana empática con los clientes.



Caso de éxito

¿Cómo hacemos la transición hacia un modelo de servicio preventivo?

Con la ayuda de ServiceNow, Rogers Communications, una empresa canadiense de medios de comunicación, pudo corregir de manera más proactiva los problemas de los clientes y mantenerlos mejor informados.



41 %

Porcentaje de reducción del volumen de casos diarios



19 %

Porcentaje de reducción de llamadas entrantes



71 %

Porcentaje de clientes que puntúa a Rogers con 9 o 10 sobre 10

“

ServiceNow nos ha proporcionado las herramientas para ser consistentes y nos ha permitido ganarnos a nuestra gente.

Scott Thomson, vicepresidente de Servicio de Atención al Cliente

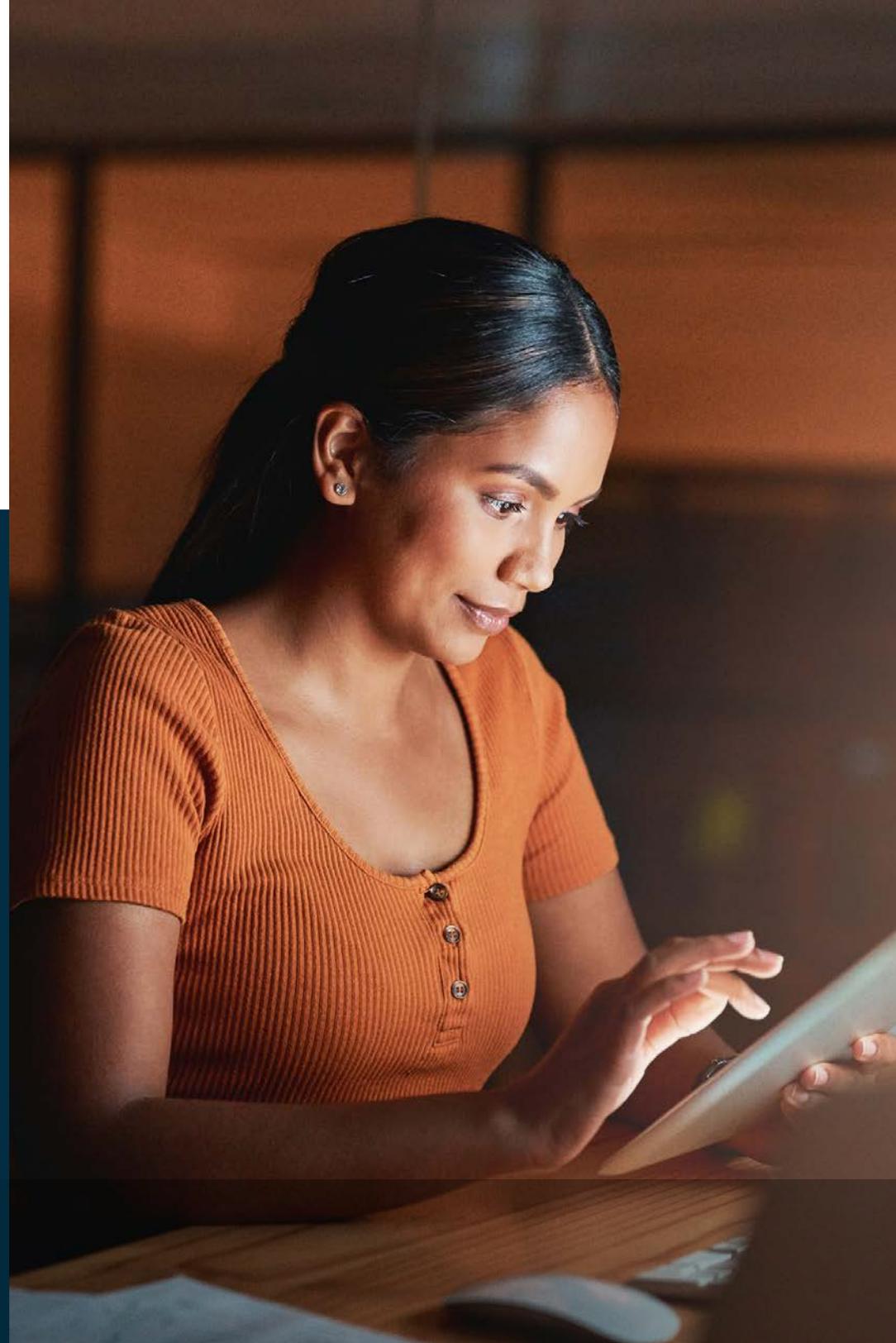


La IA y la automatización pueden servir mejor a tu organización cuando se utilizan para eliminar las tareas manuales del servicio de atención al cliente, al mismo tiempo que los agentes pueden conocer el punto en el que se encuentra el cliente con respecto al problema. Esto incluye la opinión del cliente, de modo que el agente tenga todo el contexto necesario para empatizar con él mientras interactúan. Un agente libre de tareas mundanas tiene más margen para centrarse en aportar valor al cliente, lo cual ayuda a generar confianza y a nutrir esa conexión humana tan importante.

¿Cómo puede ayudar ServiceNow?

Con ServiceNow, puedes abordar los problemas de los clientes de manera más proactiva, automatizar las solicitudes comunes y mejorar las operaciones de servicio de atención al cliente. Estos logros se consiguen:

- ✓ unificando tus datos, personas y procesos en un único sistema de acción para abordar las necesidades del cliente de manera transparente y eficiente;
- ✓ optimizando los procesos de los agentes para resolver los problemas de clientes más rápido, lo que libera a tus equipos para que se centren en ofrecer excelencia en la experiencia del cliente;
- ✓ incorporando la IA en la experiencia del cliente, lo que reduce los costes de servicio y, al mismo tiempo, permite satisfacer las expectativas de los clientes en cuanto a rapidez y comodidad.



Now Assist

Experiencias de IA generativa con ServiceNow

Acelera la productividad del servicio de atención al cliente con la IA generativa:

- ✓ Agiliza la respuesta del servicio con una recopilación de contexto más rápida sobre los problemas y las acciones realizadas.
- ✓ Resume los casos y genera conocimientos con un asistente conversacional en el panel lateral para los agentes.
- ✓ Acelera la resolución con resúmenes breves de casos e interacciones y disminuye el tiempo de cierre.



Caso de éxito

**Coca-Cola European Partners (CCEP)
recurre a la IA para transformar sus
servicios compartidos**

Con presencia en 13 países, CCEP trabajó con ServiceNow para los siguientes fines:



Automatizar sus procesos
manuales



Consolidar sus múltiples
sistemas heredados



Liberar recursos para
generar más valor



Fijar altos estándares para
otros departamentos

Ahora, el 40 % de las solicitudes de los clientes se gestionan mediante el aprendizaje automático.

“

Gestión de servicios para clientes de ServiceNow tiene toda la funcionalidad que necesitamos para optimizar los servicios y conseguir una mayor transparencia, lo que nos ayuda a ofrecer el mejor servicio posible para nuestros socios y clientes.

Martha Merk, directora adjunta de Servicios Compartidos de Socios de Negocio

El liderazgo se basará *primero en las personas*, luego en la IA y la automatización

Tu organización debe desarrollar su personal, cultura e infraestructura al mismo nivel que la IA y la automatización si lo que te propones es llevar la experiencia del cliente al siguiente nivel. Una vez implementados estos elementos clave, durante los próximos años, los líderes pondrán sus miras en la preparación de su personal para atender a los clientes de una manera más fluida y personalizada que nunca.

A medida que la tecnología evoluciona y los dispositivos y canales digitales proliferan, los clientes esperan experiencias cada vez más personalizadas e integradas en cada punto de contacto que tienen con una organización. Si puedes lograr este nivel de excelencia en la experiencia poniendo toda la información imaginable del cliente al alcance de tus agentes, conseguirás que tu empresa se sitúe en una posición sólida para optimizar la satisfacción del cliente y, a su vez, mejorar el rendimiento financiero y empresarial.



Imperativo n.º 2

Dar a los clientes el control: ofrece a los clientes lo que necesitan para marcar el rumbo de sus propias experiencias

Proporcionar a los clientes las herramientas para que puedan guiarse a sí mismos mejora su experiencia y aumenta la fidelidad a la marca.



LUMEN

Caso de éxito

Lumen crea un marketplace digital único

Lumen, una empresa estadounidense de telecomunicaciones, lanzó hace poco su primera solución de Secure Access Service Edge (SASE), que simplifica y gestiona de manera centralizada las redes y las disposiciones de seguridad de los clientes, además de capacitar a sus empleados dondequiera que estén al tiempo que protege sus datos.

El marketplace SASE de Lumen no para de crecer, y cada vez tiene más proveedores y funciones de self service para los clientes, como la capacidad de cambiar y agregar rápidamente nuevos componentes y licencias. Todas estas actualizaciones sirven para ampliar las opciones del cliente.



3

Meses desde el diseño hasta el lanzamiento



75 %

Porcentaje de mejora del tiempo de ejecución de la solución SASE



3 millones USD

Nuevos ingresos durante los primeros seis meses

“

Nuestro marketplace SASE nos enorgullece enormemente. Estamos simplificando y gestionando de manera centralizada las redes y las disposiciones de seguridad de nuestros clientes, capacitando a sus trabajadores dondequiera que estén y protegiendo sus datos.

Gary Sidha, vicepresidente de Aplicaciones de Plataforma para la división SASE

En la banca, los recorridos del cliente autodirigidos se han vuelto imprescindibles

El progreso hacia la excelencia en la experiencia del cliente varía ampliamente según el sector. Sin embargo, en lo que respecta a la banca, el aumento de las fintechs y la banca móvil ha llevado a que la experiencia sea fundamental para la estrategia empresarial de cada empresa. El recorrido del cliente autodirigido puede incluso representar una nueva frontera en cuanto a satisfacción del cliente en la banca. Es una oportunidad para que los clientes interactúen con su banco a un ritmo y de maneras que funcionan para ellos.

Hoy en día, como los clientes exigen más de las interacciones con los bancos, estos se centran más en optimizar la experiencia del cliente. Sin embargo, esta búsqueda de la excelencia en la experiencia se complica por el hecho de que las necesidades de los clientes no solo se intensifican, sino que también cambian. Sin duda, esperan recorridos rápidos, fluidos y personalizados, pero, al mismo tiempo, las prácticas bancarias se han vuelto cada vez más digitales desde 2020 y los bancos deben adaptarse. Después de todo, según McKinsey: “Los clientes que utilizan regularmente la aplicación móvil o el sitio web (o ambos) de un banco tienen el promedio de satisfacción más alto en comparación con los clientes que utilizan otros canales de interacción o usan con poca frecuencia los canales digitales”.

Los bancos hacen bien en centrarse en la creación de experiencias digitales que habiliten el self service para los clientes en muchas interacciones y en el canal que prefieran. Sin embargo, aún hay muchas oportunidades para que los bancos ayuden activamente a los clientes a migrar a canales digitales. Esto no solo mejorará la satisfacción del cliente, sino que también disminuirá los costes de servicio.



Los líderes están tomando nota de la preferencia de los clientes por el self service

Muchos clientes quieren el self service porque saben que es la manera más rápida de lograr los resultados que desean. Una experiencia de self service de calidad debe ser una en la que sea fácil desenvolverse, proporcione información relevante cuando se solicite y lleve a una resolución rápida. Por ejemplo, en un portal de self service, un cliente puede enviar una solicitud a través de un catálogo publicado de servicios comunes, que se dirige automáticamente al departamento correspondiente para una resolución más rápida, omitiendo por completo al agente de primera línea.

Al mismo tiempo, las organizaciones se están esforzando por satisfacer esta demanda de self service. Según una investigación de 2023 realizada por ThoughtLab y ServiceNow, el 59 % de los líderes tiene previsto comenzar o continuar utilizando portales de self service durante los próximos dos años. Esto la convierte en la única herramienta de mayor crecimiento en el arsenal destinado a la experiencia del cliente de una empresa en este momento.

Un sector que optimiza su experiencia de self service es el hotelero. Los líderes están creando experiencias del cliente fluidas mediante la incorporación de portales de self service en su página web o aplicación móvil, a través de los cuales los huéspedes pueden solicitar fácilmente servicios y ocuparse de tareas rutinarias, como el check-in y el check-out, con indicaciones que les ayuden a encontrar lo que buscan. El personal del hotel puede comunicarse con los huéspedes a través de la misma



aplicación, lo que minimiza la fricción en la experiencia del cliente, por ejemplo, al permitir que el personal reemplace los recibos perdidos e informe a los huéspedes de que se está agotando la batería de la puerta para evitar frustraciones e inconvenientes.

Habilitar el self service para los clientes no les beneficia solo a ellos, también a la organización. Al asegurarte de que el cliente alcanza los resultados deseados más rápido, liberas recursos para que se centren en problemas más complejos al tiempo que reduces los costes de servicio.

Por supuesto, esto no significa cambiar a un servicio menos personal para los clientes que *buscan* activamente la ayuda de un agente; más bien, se trata de integrar el self service para satisfacer las diversas preferencias de comunicación de tus clientes. Pueden disfrutar de un recorrido completamente autodirigido o conectarse con un agente en directo por chat, texto o teléfono; un agente que ya tiene un registro completo de sus interacciones a mano, para que el cliente no tenga que repetirlas.

¿Cómo puede ayudar ServiceNow?

Nunca ha sido tan importante involucrar a los clientes con un self service más fácil e inteligente. Con ServiceNow, puedes ayudarlos a lograr sus resultados deseados con más rapidez y fluidez que nunca.

- ✓ Retén a más clientes facilitando el self service.
- ✓ Resuelve los problemas de los clientes de manera más eficiente con la automatización.
- ✓ Ofrece a tus clientes más opciones de self service al tiempo que reduces el volumen de consultas a los agentes.
- ✓ Reduce los costes de servicio a la vez que ofreces experiencias del cliente agradables.



Caso de éxito

Dakota del Sur moderniza los servicios al ciudadano

Con ServiceNow, Dakota del Sur presentó SD.gov, un innovador portal de self service que ofrece acceso rápido y fácil a una amplia gama de servicios, como renovaciones de permisos de conducir, programas esenciales de asistencia estatal y licitaciones de proyectos de construcción.



99 %

Menos tiempo dedicado a conseguir licitaciones



9000

Visitas diarias al sitio web con un tiempo medio de resolución (MTTR) reducido



88

Reclamaciones por recontractación procesadas en menos de 30 días

“

Con nuestro portal SD.gov respaldado por ServiceNow, la solicitud de servicios estatales ahora es una experiencia rápida y sencilla disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Algunos procesos que antes llevaban días y obligaban a visitar una oficina se pueden gestionar online en cuestión de minutos.

Pat Snow, director de tecnología, estado de Dakota del Sur

El self service solo es el comienzo para capacitar a los clientes

Otorgar a los clientes la capacidad de disfrutar de recorridos autodirigidos y fluidos aporta innumerables beneficios empresariales; sin embargo, solo estamos comenzando a ver las inmensas posibilidades que existen al permitir que los clientes tomen el control de sus interacciones con las organizaciones.

En un futuro no tan lejano, veremos a los líderes centrarse no solo en portales de self service, sino también en otras herramientas digitales emergentes. Entre estas destacan: las mejores plataformas tecnológicas, conocidas colectivamente como "arquitectura MACH", acrónimo en inglés de los términos basada en microservicios, con prioridad de las API, nativa de la nube y headless) para unir todas las piezas, el metaverso para lograr experiencias más inmersivas, e incluso tecnologías multitáctiles más avanzadas como tablets y pantallas táctiles para permitir que los usuarios interactúen con marcas a través de varios dispositivos e interfaces.



Imperativo n.º 3

Ni aquí ni allí: mantén la continuidad en todos los canales

En un mundo en el que se da prioridad a lo digital, lograr una experiencia del cliente increíble es más difícil que nunca. ¿Por qué? Porque los clientes interactúan con organizaciones en una gran cantidad de lugares. Atrás quedaron los días en los que se interactuaba solo con un repartidor o con un trabajador del centro de contacto. Ahora tienes que tener en cuenta cómo interactúan con el correo electrónico, los bots de chat, las redes sociales, los sitios de reseñas, entre otros muchos canales.



Caso de éxito

Vodafone impulsa la transformación digital con ServiceNow

ServiceNow optimizó los procesos e integró los sistemas de Vodafone, empresa multinacional británica de telecomunicaciones, que implementó Now Platform® como parte de su programa de transformación digital.



45 %

Aumento de la productividad



25 puntos

Aumento de la satisfacción del cliente



360°

Vista integral del cliente

“

Nuestros agentes tienen ahora una visión integral del cliente y disponen de una aplicación que les ayuda a ofrecer un servicio excelente.

Jefe de Experiencia Digital



Por lo tanto, lo más difícil es simplemente cumplir las expectativas de tus clientes en lo que respecta a la experiencia omnicanal. Este desafío se ve exacerbado por los estándares sumamente altos establecidos por empresas centradas en el cliente como Disney o Universal. Sin embargo, los líderes han reconocido la importancia de al menos tratar de emular esta experiencia del cliente superlativa. Por eso, a pesar del complicado entorno económico actual, [se están aumentando los presupuestos destinados a la experiencia del cliente digital.](#)

Los parques temáticos son un ejemplo de empresas que aprovechan todo el potencial de la experiencia, combinando aplicaciones, pulseras y múltiples tecnologías empresariales para crear experiencias fluidas tanto en sus parques como en los complejos hoteleros. Empresas como Disney o Universal permiten que los visitantes gestionen sus itinerarios, hagan reservas para comer, aprovechen los pases para saltarse las colas y paguen en restaurantes y tiendas. Estos avances también han mejorado la experiencia de los empleados al permitir que el personal de recepción del hotel pueda realizar un seguimiento de los huéspedes que llegan, anticiparse a su llegada y solucionar los cuellos de botella, todo esto mientras sigue ofreciendo un servicio extraordinario de conserjería.



“

ServiceNow es una plataforma estable, sólida y fácil de configurar. Nos ha permitido generar fácilmente indicadores para ayudarnos a cumplir con los SLA, y nos ha proporcionado un mayor acceso a la información y mejor visibilidad de la misma para obtener una visión general completa de nuestro servicio al usuario.

Mario Marín, director corporativo de Infraestructura de Tecnología

mabe

Caso de éxito

Mabe mejora la agilidad y la experiencia de servicio de atención al cliente

Mabe, empresa mexicana de fabricación, implantó una plataforma innovadora y centralizada para transformar y optimizar el servicio con Gestión de servicios para clientes y Gestión de servicios de campo de ServiceNow.



94 %

Porcentaje de incidentes resueltos en una semana



80 %

Porcentaje de incidentes de clientes resueltos en la primera llamada



80 %

Reducción en los plazos de aprobación de los flujos de trabajo de procesos

Nube: experiencias más escalables y accesibles que nunca

Al acabar con el aislamiento, las tecnologías de nube aumentan la visibilidad y facilitan el intercambio de información y la integración de las plataformas de comunicaciones.

Tu negocio necesita la agilidad para adaptarse rápidamente a las necesidades en constante evolución de los clientes. La creación de una plataforma de interacción común será fundamental para permitir la incorporación de nuevos canales, como la realidad aumentada y la realidad virtual, cuando terminen de emerger.





Caso de éxito

7-Eleven ofrece a los clientes la ayuda rápida que necesitan a través de sus canales preferidos

La cadena de tiendas norteamericana 7-Eleven tenía problemas para priorizar los casos y rastrear la productividad de los agentes de servicio de atención al cliente. Necesitaba diagnosticar puntos débiles más rápido, así como analizar y evaluar el rendimiento para una mejora continua.

7-Eleven ahora aprovecha las capacidades omnicanal de Gestión de servicios para clientes de ServiceNow para crear y priorizar automáticamente los casos cuando llegan y derivarlos al agente adecuado con el fin de acelerar la resolución.



205 %

Mejora de las tasas de reducción de casos



93 %

Reducción del volumen de casos



75 %

Reducción de los tiempos de respuesta en la atención al cliente

“

Gracias a la solución Gestión de servicios para clientes de ServiceNow, podemos ofrecer a nuestros clientes todo lo que necesitan en cualquier momento.

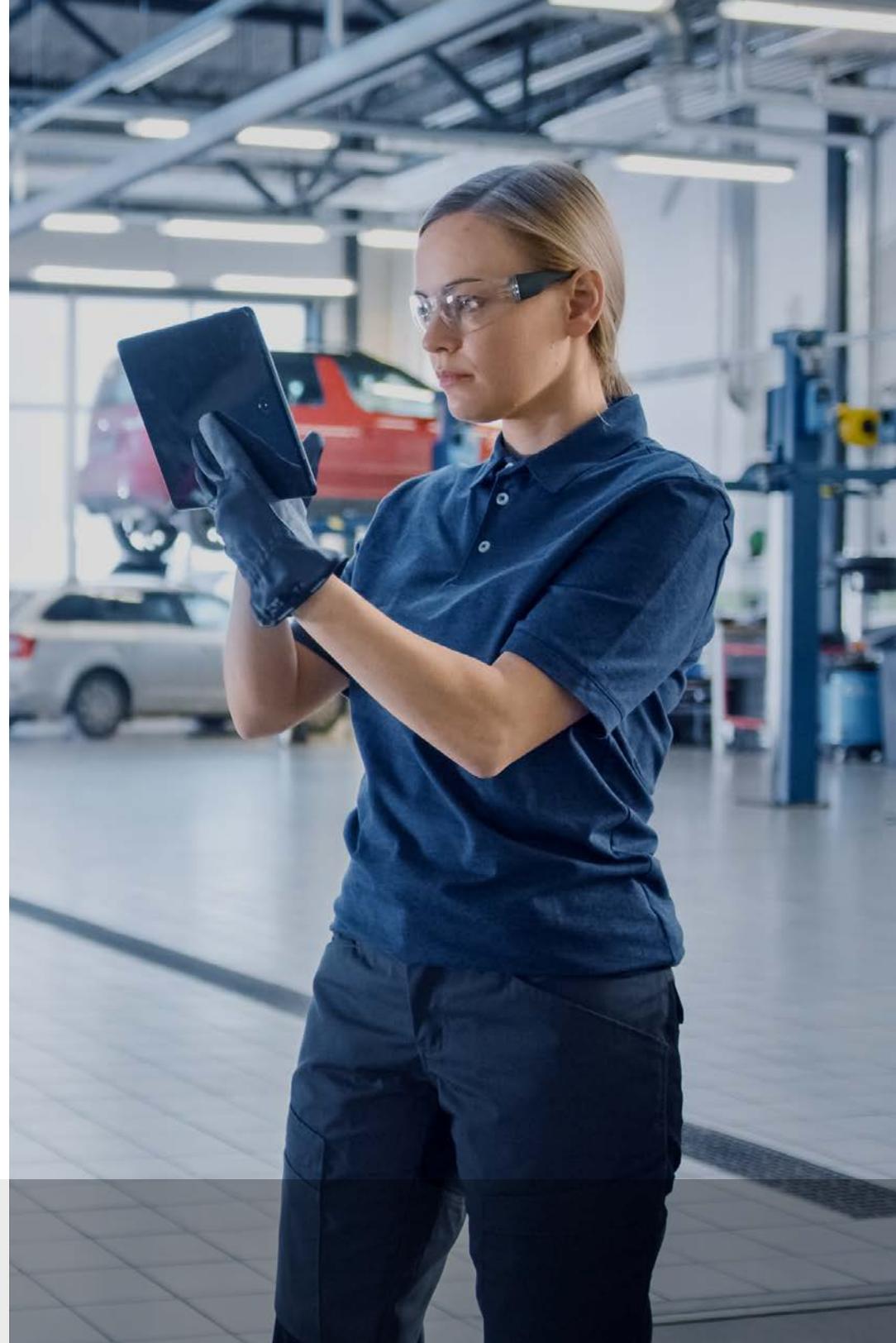
Director sénior de Experiencia del Cliente

Ya están aquí las tecnologías del futuro

Las organizaciones ya están utilizando la realidad aumentada de manera selectiva y significativa, y hay muchos otros canales consolidados a través de los cuales los clientes pueden interactuar con ellas, como texto, teléfono, chat, correo electrónico y aplicaciones de mensajería. En definitiva, el cliente espera que se le conozca a través de estos canales y, por lo tanto, espera disfrutar de un diálogo fluido con la organización, que puede comenzar en un canal y continuar sin problemas en otro.

En el futuro, es probable que las interacciones con las marcas en el metaverso complementen a las del mundo real. Sin embargo, por el momento, las experiencias en el metaverso quedan muy lejos para la mayoría de las empresas. Dicho esto, todas las organizaciones, sin importar su tamaño o recursos, pueden adoptar un enfoque orientado al futuro para garantizar la continuidad en todos los canales, mejorando las experiencias actuales de sus clientes mientras sientan las bases para la tecnología del futuro.

Una vez que tecnologías como el metaverso hayan logrado una aplicación práctica, una plataforma omnicanal inteligente te permitirá conectarte y atender a los clientes igual de bien en estas nuevas experiencias, y los clientes podrán interactuar con tu organización de la manera que más les convenga. De esta manera, pondrás a tu organización en el camino correcto para aumentar la afinidad de la marca y cultivar la fidelidad a largo plazo.



Caso de éxito

Xerox apuesta por la innovación para transformar la prestación de servicios a clientes

Las empresas están lidiando con un complejo desafío relacionado con la mano de obra, ya que se enfrentan a la próxima jubilación masiva de técnicos e ingenieros de servicios de campo.

Con la ayuda de ServiceNow, Xerox utiliza la realidad aumentada para brindar soporte a sus equipos de servicios de campo y atención al cliente, capacitando a los agentes y expertos para satisfacer las necesidades del cliente de la siguiente manera:

- ✓ **Gestionando el déficit de habilidades e intensificando la transferencia de conocimientos.**
- ✓ **Permitiendo que trabajadores de campo experimentados proporcionen orientación y asistencia en directo de manera remota.**
- ✓ **Proporcionando a los ingenieros de campo una experiencia fluida para acceder a la asistencia de expertos en tiempo real con la realidad aumentada.**

Tu negocio necesita la agilidad para adaptarse rápidamente a las necesidades en constante evolución de los clientes. La creación de una plataforma de interacción común será fundamental para permitir la incorporación de nuevos canales, como la realidad aumentada y la realidad virtual, cuando terminen de emerger.



594 toneladas métricas menos de emisiones de carbono en 12 meses



53 minutos de tiempo productivo adicionales por técnico y día



10 % de mejora en las tasas de resolución remota al utilizar CareAR

“

Con ServiceNow, puedo saber exactamente lo que está pasando en este mismo instante. Podemos responder a las situaciones conforme ocurren y obtener más información con más rapidez. Y eso tiene enormes repercusiones en nuestra empresa.

John Perry, vicepresidente de Experiencia Digital del área de Prestación de Servicios y Tecnología de Atención al Cliente

¿Cómo puede ayudar ServiceNow?

ServiceNow es compatible con cualquier canal de comunicación que el cliente elija y aporta continuidad a lo largo de todos los trámites por los que pasa la solicitud por distintos departamentos hasta alcanzar una resolución, sin necesidad de que el cliente tenga que repetir información. Al dotar a los agentes con información en tiempo real y orientación inteligente, pueden resolver los problemas de los clientes de manera rápida y empática. Con ServiceNow, también puedes equipar a los técnicos de servicios de campo con las herramientas y los datos que necesitan para responder de manera rápida y eficiente a los clientes tanto in situ como de manera remota.

- ✓ Ten presencia en cualquier lugar en el que estén tus clientes
- ✓ Céntrate en los momentos importantes.
- ✓ Fomenta la fidelidad a largo plazo a través de experiencias del cliente conectadas.
- ✓ Automatiza y organiza cada proceso del servicio, sin importar dónde interactúen los clientes.



El futuro de la experiencia del cliente es híbrido, personal y proactivo

Con las tecnologías emergentes, como los gemelos digitales y el metaverso, ganando terreno a la par que las herramientas más tradicionales, como sitios web, bots de chat y redes sociales, el verdadero potencial de la experiencia del cliente se puede lograr en experiencias híbridas, una mezcla de interacciones en línea y sin conexión. Al igual que los ingenieros utilizan un gemelo digital para el mantenimiento predictivo, un gemelo de un cliente puede simular y anticipar el comportamiento del cliente, y en el futuro, las organizaciones los aprovecharán junto con el metaverso para fusionar los mundos físicos y virtuales, y revolucionar la experiencia del cliente.

Es precisamente este tipo de experiencia del cliente multicapa lo que probablemente termine siendo la clave para crear esas experiencias memorables, auténticas y personalizadas que los clientes desean.



Ofrece a tus clientes las experiencias que necesitan, desean y merecen

Con ServiceNow, tus clientes pueden disfrutar del self service y pedir ayuda a un agente en cualquier canal. Además, mediante el empleo de la IA y la automatización del trabajo en toda tu organización, aumentarás la productividad de los empleados, ya que optimizarás los procesos y conseguirás que los agentes puedan gestionar las solicitudes de manera más fluida y coherente.

ServiceNow te ayuda a mejorar el rendimiento de los agentes con una interfaz de usuario moderna y muy configurable, además de un único espacio de trabajo para ver y gestionar la actividad de los casos. Un único sistema de acción permite que los empleados trabajen juntos en todos los departamentos para ofrecer experiencias extraordinarias al cliente, con la detección temprana de problemas en tendencia que ayuda a tus equipos a resolver incidentes y comunicar actualizaciones de estado; todo esto antes de que los clientes sepan siquiera que hay un problema.

Además, puedes ponerte en marcha *rápidamente*. No en unos pocos meses, sino en cuestión de semanas.

¿El resultado? Lidera en lo que respecta a los clientes, los empleados y los resultados finales. Clientes más felices y leales, y mejores resultados.

Descubre cómo puedes transformar las experiencias en toda tu empresa:

Guía imprescindible de experiencia del cliente

Descarga la Guía imprescindible de experiencia del cliente para saber cómo ofrecer a tus clientes experiencias impecables a la vez que reduces los costes.

Descargar guía



Los 3 imperativos que contribuyen a la experiencia de los empleados en 2024 y en el futuro

Explora cómo puedes favorecer el crecimiento de los empleados y respaldar el crecimiento empresarial a escala.

Descargar eBook



Catalizador del cambio: Los líderes de tecnología pueden ser aliados clave para la experiencia de los clientes y los empleados

Aumenta la productividad de los empleados y la satisfacción de los clientes con experiencias digitales eficientes.

Descargar eBook



servicenow

ServiceNow (NYSE: NOW) hace que el mundo funcione mejor para todos. Nuestra plataforma y soluciones con soporte en la nube ayudan a digitalizar y unificar las organizaciones para que puedan trabajar de forma más rápida, inteligente y eficaz. De esta manera, los empleados y los clientes pueden estar más conectados, ser más innovadores y disfrutar de una mayor agilidad, para que entre todos podamos hacer realidad el futuro que imaginamos. The world works with ServiceNow™. Para obtener más información, visita www.servicenow.com/es.

© 2023 ServiceNow, Inc. Todos los derechos reservados. ServiceNow, el logo de ServiceNow, Now, Now Platform y otras marcas de ServiceNow son marcas comerciales o marcas comerciales registradas de ServiceNow, Inc. en Estados Unidos u otros países. Es posible que otros nombres de productos, nombres de empresas y logos sean marcas registradas de las respectivas empresas con las que estén asociados.