CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE: CONOCE LAS PRINCIPALES TENDENCIAS POSPANDÉMICAS.

Tener un servicio al cliente de calidad es una prerrogativa para el éxito de cualquier negocio. Sin embargo, desde la pandemia provocada por el coronavirus, el comportamiento del consumidor ha cambiado, especialmente en relación al uso de la tecnología, que requería la organización de nuevas estructuras comunicativas al servicio del público.

¿Cuáles son las tendencias para mejorar la calidad del servicio al cliente después de una pandemia?

Además de monitorear el comportamiento de los consumidores actuales, invertir en mejoras en la calidad del servicio al cliente también está teniendo una ventaja competitiva en el mercado. Sin embargo, es necesario conocer las tendencias para los próximos años.
A continuación, hemos seleccionado algunos que pueden mejorar su servicio y contribuir al éxito de los negocios en la pos-pandemia.

1. Mayor fuerza omnicanal

El omnicanal se encarga de proporcionar varios canales de atención al cliente. Dado que el público está cada vez más inmerso en las plataformas digitales, es fundamental contar con varios canales virtuales, junto con los canales analógicos, para fortalecer la comunicación, así como la integración del online y offline.

2. Uso masivo de tecnologías digitales

Hoy en día es prácticamente impensable abrir una empresa completamente analógica, principalmente por la intensificación de la cultura digital en el contexto de una pandemia. En otras palabras, las nuevas tecnologías son indispensables para varios procesos, incluido el servicio al cliente. Por tanto, conviene explorarlos, ya que la tendencia es que los consumidores prefieran cada vez más los canales online.
Además, cabe decir que las tecnologías digitales son en gran parte responsables de la calidad del servicio al cliente, ya que son capaces de automatizar tareas, reduciendo errores y situaciones desagradables (como olvidar responder a un mensaje).

3. **Centrarse en la experiencia del cliente**

La experiencia del cliente se encuentra entre las principales tendencias para las empresas en la pos-pandemia. Después de todo, el público es más sensible y atento a los diferenciales de las empresas, incluida la calidad del servicio.
No basta con tener solo un precio competitivo. Es necesario ofrecer calidad y mantener una sana relación con la audiencia. De lo contrario, los consumidores pueden preferir empresas competidoras.

4. **Atención al cliente personalizado**

La calidad del servicio al cliente está directamente relacionada con la personalización del enfoque. Hoy en día, las personas quieren atención a sus problemas particulares, excepto que tienen la opción de seleccionar contenidos y productos con mayor precisión, a través de canales digitales.
Por ello, la experiencia personalizada debe planificarse para que cada consumidor tenga muy bien satisfechas sus demandas individuales. Por tanto, vale la pena conocer el perfil de cada cliente, con la ayuda de herramientas de segmentación.

5. **Control y centralización de información**

Una de las grandes ventajas de las tecnologías digitales es la capacidad de almacenar y centralizar información en un solo lugar. Esto garantiza una importante calidad de servicio al cliente, ya que es posible tener a mano el historial y los datos relevantes de cada consumidor.

LOS CINCO RETOS DE SERVICIO AL CLIENTE QUE DEJA LA PANDEMIA PARA EL 2021

Según un análisis elaborado por la Superintendencia Financiera, para el caso de los bancos y entidades financieras, en el segundo trimestre del año se reportaron cerca de 376.557 quejas por parte de usuarios en instituciones de protección al usuario.
El 2020 quedará marcado para la historia como el año de la digitalización. Si bien la pandemia puso contra las cuerdas las finanzas de muchas empresas, también aceleró su transformación digital para su supervivencia dentro de la nueva realidad.

De hecho, un estudio realizado por la firma Internacional Data Corporation (IDC) revela que, a lo largo de este año, las empresas en el mundo gastarán cerca de

112.400 millones de dólares en la implementación de sistemas robóticos que impulsen la digitalización de diferentes procesos de las compañías.

Uno de ellos son los sistemas de servicio al cliente, quienes ante la inminente llegada del coronavirus tuvieron que transformar sus dinámicas y apoyarse en tecnologías como la inteligencia artificial y el *machine learning* para hacer más eficientes sus comunicaciones remotas con sus clientes.

Para Humberto Pertúz, CEO de Vozy, empresa colombiana especializada en el desarrollo de tecnologías de voz con AI para el servicio al cliente, reconocida por la revista Forbes como una de las 100 mejores 'startups' del país, este revolucionario salto que han tenido en los últimos días los servicios de atención "ha elevado las expectativas de los usuarios frente a lo que recibe, en especial en sectores como el de salud o bancario, los cuales concentran un alto número de dudas, quejas o solicitudes diarias".

Por ejemplo, para el caso de los bancos y entidades financieras, según un reciente análisis de la Superintendencia Financiera, durante el segundo trimestre del año, en Colombia se reportaron cerca de 376.557 quejas por parte de usuarios, por lo cual, implementar soluciones que minimicen este efecto a futuro debe ser una prioridad de las empresas en los meses venideros.

Sin embargo, a raíz de esta dinámica, ¿qué retos y oportunidades tienen las compañías en términos de atención al cliente para el 2021? Pertúz responde:

1. **Rapidez:** La alta demanda de atención virtual lleva a las empresas a exigirse cada vez más sobre el servicio que prestan, siendo la rapidez un factor clave para crear experiencias positivas.

2. **Personalización:** Si bien con el paso de los días son más las tecnologías implementadas a los sistemas de atención al cliente, es necesario seguir explorando el camino de la personalización. Tratar a cada cliente como si fuera único es clave para el futuro de las empresas.

3. **Sobrepasar expectativas:** Debido a la aceleración digital que tuvo lugar este año, los usuarios aumentaron sus niveles de expectativas en cuanto a la atención que quieren recibir y esto será un gran reto por cumplir – sobre todo- si se tienen nuevos canales digitales.

4. **Análisis de data:** De acuerdo con el CEO de Vozy, “de nada sirve que las empresas integren nuevas herramientas si no analizan los datos que estas le están entregando”. Al final del día, la tecnología sirve como una herramienta más, pero ya depende de cada compañía saber hacer uso de esa data para crear estrategias exitosas orientadas a sus usuarios.

5. **Combinación entre equipo humano y tecnología:** Para el 2021, muchas empresas estarán montadas en el mundo de las nuevas tecnologías. No obstante, el verdadero reto estará en saber combinarlas con el equipo humano, de tal forma que este pueda respaldar la gestión con tácticas clave para satisfacer las necesidades del cliente.