

Cómo Impulsar Resultados Medibles desde un Programa de Voz del Cliente (VoC)

Las organizaciones enfrentan un desafío común y constante: ofrecer a los clientes experiencias superiores.

En lo que respecta a los clientes que atienden, actualmente hay más formas de comunicar que nunca antes—tales como el teléfono, la web, las aplicaciones móviles, el chat y las redes sociales—así como para brindar feedback a las compañías. Con una retroalimentación honesta y continua por parte de los clientes, las empresas pueden responder de manera más eficaz a lo que funciona y aquello que no funciona, y abordar los problemas de manera proactiva, actuar sobre tendencias, mejorar procesos y entregar mejores experiencias de extremo a extremo.

Sin embargo, los mecanismos tradicionales de encuestas y retroalimentación son limitados en un mundo naturalmente digital. Como resultado, las marcas deben evolucionar en cuanto a su enfoque para capturar, analizar y actuar según el feedback del cliente.

Allí es donde pueden ayudar las soluciones y los programas de Voz del Cliente que típicamente se concentran en cuatro actividades clave:

- Escuchar y capturar el feedback a través de todos los canales.
- Analizar y medir tendencias.
- Distribuir conocimiento a los actores clave.
- Actuar en base a los resultados.

Quando se ponen en práctica programas de VoC y se aplican en forma consistente, ofrecen información valiosa para impulsar un ciclo de mejora continua, aumentar la retención de clientes y disminuir el costo de atender a través de los canales. Veamos esto con mayor profundidad.

CONSTRUIR LAS BASES

Una estrategia integral de VoC responde a los siguientes principios fundamentales:

- **Visión** – ¿Cuáles son las metas para el programa identificadas por los actores clave?
- **Gobernanza** – ¿Cómo se gestionará el programa y cómo se divulgarán los datos al público interno y externo?
- **Cultura** – ¿Cómo hará usted para crear un entorno organizativo que ponga a los clientes en el centro de su toma de decisiones diarias?
- **Procesos** – ¿Cómo cerrará usted el círculo alrededor del feedback y cambiará

procesos para responder a problemas?

- **Tecnología** – ¿Qué software y servicios necesitará usted para capturar y analizar el feedback del cliente y actuar en consecuencia?

Al seguir estos principios básicos, usted estará listo para poner en acción su programa de VoC.

ALENTAR EL FEEDBACK

Su programa de VoC debería incluir capacidades para capturar tanto el feedback iniciado por la compañía como el iniciado por el cliente. El feedback iniciado por la compañía puede solicitarse a través de encuestas (a menudo realizadas vía teléfono o web), mientras que el feedback iniciado por el cliente tiende a ocurrir en momentos clave durante el recorrido digital del cliente. Estas dos formas diferentes de recibir feedback hacen que resulte cómodo para los clientes dar su opinión a través de sus canales y dispositivos preferidos.

ANALIZAR LOS DATOS

Al compilar el feedback y los datos de diversas fuentes (tales como perfiles de cliente y sistemas CRM), los programas de VoC pueden brindar contexto sobre la experiencia del cliente y la capacidad de respuesta de la organización. Estos datos se pueden utilizar luego en toda la empresa para impulsar acciones y lograr experiencias de cliente diferenciadas.

La analítica de voz y texto puede automatizar el análisis de todo el feedback y extraer rápidamente datos clave—lo que resulta esencial, dada la gran cantidad de datos e interacciones que tienen lugar en su negocio cada día. Las soluciones de feedback digital permiten que los clientes brinden su opinión en el momento. Juntas, estas tecnologías lo pueden ayudar a descubrir problemas de proceso, productos y servicio, así como impulsar mejoras operativas a través de una acción focalizada en tiempo real. También lo pueden ayudar a mejorar la consistencia y calidad de las experiencias que ofrezca al cliente.

LOGRAR UN IMPACTO MEDIBLE

En definitiva, los programas de VoC son capaces de producir conocimiento que impacta profundamente en la satisfacción y lealtad de sus clientes así como en su resultado económico. Aquí hay algunas formas en que los programas de VoC generan resultados medibles:

- **Cuentas Importantes** – El feedback se puede usar para informar y formular



estratégicas específicas para retener clientes de alto valor.

- **Instancias específicas de impacto** – Identificar áreas de impacto que puedan ayudar a detectar brechas en el recorrido del cliente y refinar canales y/o procesos.
- **Clientes Satisfechos** – Personas que muestran un alto grado de satisfacción pueden brindar oportunidades de llevar a cabo actividades de upsell/cross-sell (ventas suplementarias o cruzadas).
- **Feedback Indirecto** – Fuentes tales como hilos de correos electrónicos o grabaciones de llamadas proveen oportunidades de lograr nuevas ventas.
- **Feedback Inferido** – Los datos sobre uso de la web y abandono de carro pueden indicar oportunidades para mejoras de procesos y esfuerzos de recuperación de servicio.

UNIENDO LAS PIEZAS

Verint provee software y servicios para ayudar a las organizaciones a desarrollar una comprensión sobre las experiencias de sus clientes a través de todos los canales—y poder tomar acción sobre la base de dicho conocimiento. Nuestras soluciones lo pueden ayudar a «unir las piezas» entre los canales y ajustar continuamente sus procesos, productos, servicios y personal para satisfacer las expectativas en evolución de los clientes.

Contáctenos hoy para conocer más sobre cómo pueden nuestras soluciones ayudarlo a transformar su programa de VoC. ■

calainfo@verint.com
www.verint.com
www.verintintouch.com.br